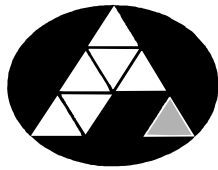


POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU
Viestinnän koulutusohjelma

Elina Vasarainen

MUSIIKKIA ELOKUVATRAILEREISSA JA ELOKUVISSA

Opinnäytetyö
Huhtikuu 2011



POHJOIS-KARJALAN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ
Huhtikuu 2011
Viestinnän koulutusohjelma

Länsikatu
80100 JOENSUU
p. (013) 260 6996

Tekijä
Elina Vasarainen

Nimeke
Elokuvatrailerin lumous – musiikkia elokuvatrailereissa

Tiivistelmä

Musiikki on tärkeä mutta usein huomaamaton osa elokuvaa. Sen merkitys korostuu tunnelman luomisessa ja tarinan kerronnassa. Musiikki on kulkenut elokuvan mukana jo mykkäkaudelta lähtien. Se on kehittynyt ja sen merkitys on kasvanut vuosien varrella. Elokuva ei ole hyvä katselunautinto ellei siinä ole musiikkia.

Opinnäytetyö pohtii musiikin merkitystä elokuvassa ja elokuvatrailereissa. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tarkastella musiikin merkitystä katsojalle elokuvatrailereissa. Tässä opinnäytetyössä keskitytään pääsääntöisesti musiikkiin elokuvatrailerissa. Opinnäytetyön tehtävänä on haastatteleamalla katsojia selvittää, miten he kokevat musiikin elokuvatrailereissa ja miten se vaikuttaa heihin.

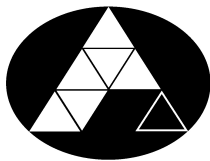
Opinnäytetyössä käytettiin tutkimusmenetelminä kvalitatiivisia keinoja. Ryhmä- ja yksilöhaastatteluiden avulla otettiin selvää katsojien mielipiteitä elokuvatrailereista ja niiden musiikista. Analysoimalla vastauksia saatiin selville, mikä elokuvatrailereissa on katsojalle merkityksellistä ja miten musiikki vaikuttaa trailerin kokonaisuuteen.

Tutkimus paljasti, että elokuvatrailerin näyttelijöillä ja musiikin luomalla tunnelmalla on suuri merkitys katselukokemuksessa. Elokuvatrailerin musiikki jätti haastateltaviin tehokkaan muistijäljen.

Kieli
suomi

Sivuja 54
Liitteet 3
Liitesivumäärä 3

Asiasanat
elokuva, elokuvatrailer, musiikki, katsojat



NORTH KARELIA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

THESIS
April 2011
Degree programme in communica-
tion
Länsikatu
FIN 80100 JOENSUU
FINLAND
Tel. 358-13-260 6996

Author
Elina Vasarainen

Title
Movie Trailer Enchantment – Music in Movie Trailers

Abstract

Music is a very important, but often an unnoticed part of a film. The meaning and purpose of music is highlighted in the making of a certain atmosphere and story-telling. Music has travelled along the movies since the golden ages of the silent films. It has developed and its significance has grown over the years. A film is never a great viewing experience or pleasure without music.

This thesis reasons and reflects on the meaning of music in films and trailers. The aim is to examine the significance of music in the movie trailers from the audience's point of view, and thus the focus is in the impact the music has on viewers. The audience will be interviewed and asked how they experience the music in trailers and how they are influenced by it.

The researchs methods used in this study are qualitative. The audience's views of movie trailers and the music in them is researched by conducting group and individual interviews. By analyzing the answers it was found out what is important to the audience in the trailer, and how the music influences the trailer in its entirety.

The research revealed that the most notable things in movie trailer are characters and music. Music has impressive effect for audiences.

Language
Finnish

Pages 54
Appendices 3
Pages of Appendices 3

Keywords
Movie, movie trailer, music, audiences

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	MUSIIKIN MAHDOLLISUUDET JA OMINAISUUDET	7
2.1	Elokuvassa	7
2.2	Trailerissa	9
2.3	Tunteet musiikin kokemisessa	10
3	MUSIIKKI JA GENRE	12
3.1	Genren juuret.....	12
3.2	Genre Suomessa.....	12
3.3	Katsojan odotukset	13
4	MUSIIKKI JA IDENTITEETTI.....	14
5	ELOKUVAMUSIIKIN HISTORIAA SUOMESSA	15
5.1	Mykkäelokuvasta äänielokuvaan	15
5.2	Sodan jälkeinen elokuva	17
5.3	Jazzia valkokankaalla	17
5.4	Suomalaista elokuvarockia	18
5.5	Elokuvamusiikki 1990- ja 2000-luvulla	19
5.6	Soundtrack.....	21
5.7	Elokuvatrailerin historiaa Suomessa.....	21
6	KATSOMISESTA JA KUUNTELEMISESTA	22
6.1	Visuaalisuus.....	22
6.1.1	Kokemisen tarve	22
6.1.2	Omin silmin	23
6.1.3	Asenne ja mieliala	25
6.2	Auditiivisuus.....	26
6.2.1	Aistit musiikin kokemisessa	26
6.2.2	Sisäinen kuuleminen.....	26
6.2.3	Musiikkitodellisuus.....	28
7	ENNEN ELOKUVAA	31
7.1	Kolme näkyvää ensimainosta	31
7.2	Ympäröivää mainontaa	32
7.3	Mainosalustat.....	35
8	MIELIHYVÄN TASOT	37
8.1	Emotionaalinen taso	37
8.2	Älyllinen taso.....	37
8.3	Symbolinen taso	37
8.4	Kaikkitietävyys	38
8.5	Samastuminen.....	38
8.6	Eläytyminen	39
8.7	Mielihyvä musiikista	39
9	TUTKIMUKSEN SISÄLTÖ	41
9.1	Kvalitatiivisyys.....	41
9.2	Aineiston analysointi	42
9.3	Haastattelu.....	43
10	EETTISYYS	44
11	TUTKIMUS	45
11.1	Haastattelujen rakenne.....	45

11.2 Kohderyhmä	46
11.3 Kohderyhmän valinta	47
12 TULOKSET	48
12.1 Haastattelutilanne	48
12.2 Vastausten analysointi	49
12.3 Yhteenveto.....	51
13 POHDINTA	52
LÄHTEET	55

LIITTEET

- Liite 1 Haastattelukysymykset
- Liite 2 Haastattelulupa
- Liite 3 Alaikäisen haastattelulupa

1 JOHDANTO

Musiikki on ollut jo mykkäelokuvien kaudelta saakka tärkeä osa elokuvaesityksiä. Äänen tulo elokuvaan on mahdollistanut yhä monipuolisemman musiikin käytön elokuvan elämyskokonaisuudessa. Katsojalle elokuvamusiikki on merkittävä tarinankertoja ja tunteen tulkitsija. Usein katsoja ei edes huomaa musiikkia ennen kuin se jollain poikkeavalla tavalla herättää hänen huomionsa. Elokuvamusiikki ei kuitenkaan ole samantekevässä osassa, vaikka katsoja ei sitä aina tietoisesti havaitsekaan.

Katsojan täytyy kokea mielihyvää ja jännitystä, jotta hän jaksaa kiinnostua elokuvasta ja katsoa sen loppuun saakka. Mielihyvän tasoja on useita ja katsoja täytyy saada tuntemaan ne kaikki, että elokuva olisi viihdyttävä. Katsoja täytyy saada eläytymään elokuvan kertomaan tarinaan. Musiikki on hyvin suuressa osassa jännityksen ja eläytymisen luojana. Se saa katsojan irti vallitsevasta ajasta ja paikasta ja siirtää hänet elokuvan maailmaan.

Musiikki on elokuvalla ensiarvoisen tärkeää, joten siksi sitä ei voi jättää pois elokuvaa mainostavasta trailerista. Elokuvatraileri on ensinäkökulma elokuvan maailmaan ja se jäisi puutteelliseksi tai johtaisi katsojaa harhaan, jos siinä ei olisi elokuvassa soivaa musiikkia.

Elokuva on audiovisuaalinen kokonaisuus eli kuvan ja äänen yhdistelmä. Kuva ja ääni toimivat toki erilläänkin, mutta ovat täydellinen tunnekokemus yhdistettynä. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tarkastella musiikin merkitystä katsojalle elokuvatrailereissa. Opinnäytetyö ei perehdy äänellisiin yksityiskohtiin ja hienouksiin elokuvassa, vaan opinnäytetyössä keskitytään pääsääntöisesti musiikin vaikutuksiin elokuvatrailereissa. Koska elokuvatrailerit ovat olennainen osa elokuvaa, ja ne ovat osaksi myös sidottuja elokuvan lakeihin, niitä tarkastellaan rinnakkain. Opinnäytetyön tehtävänä on haastatteleamalla katsojia selvittää, miten he kokevat musiikin elokuvatrailereissa ja miten se vaikuttaa heihin.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tarkastella musiikin merkitystä katsojalle elokuvatrailereissa. Tässä opinnäytetyössä keskitytään pääsääntöisesti musiikin vaikutuksiin elokuvatrailerissa. Opinnäytetyön tehtävänä on haastatteleamalla katsojia selvittää, miten he kokevat musiikin elokuvatrailereissa ja miten se vaikuttaa heihin. Tutkimuksessa käytetään kvalitatiivista tutkimusmenetelmää ja ryhmä- sekä yksilöhaastatteluja. Tutkimuksen kohderyhmänä ovat katsojat, jotka eivät ammattimaisesti tiedä elokuvan tekemisestä.

Opinnäytetyön aineisto koostuu kvalitatiivisen tutkimuksen haastattelutuloksista. Teoria-aineisto on koottu elokuvamusiikkia ja elokuvaa käsittelevistä teoksista sekä kvalitatiivisen tutkimuksen oppaista. Musiikkiterapiaa ja -psykologiaa käsitteleviä teoksia on käytetty tutkittaessa musiikin vaikutuksia katsojan mieleen, tunteisiin ja käyttäytymiseen. Tutkimusaineistona on myös käytetty elokuvatrailereita ja niiden musiikkia.

2 MUSIIKIN MAHDOLLISUUDET JA OMINAISUUDET

2.1 Elokvassa

Musiikilla voidaan edistää realistista kerrontaa elokuvassa. Surullinen musiikki surullisessa kohtauksessa kertoo koskettavasta tapahtumasta, mutta katsoja ei tunne kohtausta liian raskaaksi musiikin lohduttavan vaikutuksen ansioista. Musiikin koskettava vaikutus surullisessa kohtauksessa voi herättää katsojassa niin suuren tunteen, että hän alkaa itkeä. Vastaavasti hausassa tai ilkeäkurisessa kohtauksessa, jossa musiikki kertoo kuvaa enemmän ja aikaisemmin, katsoja voi ennakoida tulevia tapahtumia, jolloin naurun pidättely voimistaa kohtauksen vaikutusta. (Juva 1995, 204.) Musiikin mukana olo vaikuttaa kokemukseemme tulkita elokuvaa ja sen yksittäistä kohtausta tai kuvaa. Tulkinta jostakin kohtauksesta tai kuvasta saattaisi jäädä puutteelliseksi ilman musiikkia. (Qvick 2005, 134–135.)

Musiikilla on käsitteellinen ja symbolinen merkitys sen aiheuttamassa tunne-elämyksessä. Kuulohavainnon ja tunne-elämyksen yhdistyessä musiikista muodostuu jokaiselle kuulijalle henkilökohtainen merkityssisältö, johon vaikuttavat jokaisen omakohtaiset kokemukset ja sisäiset mallit. (Ihalainen 1989, 131.) Musiikki saa aikaan symbolisen tapahtumasarjan. Mieli ja tajunta alkavat hahmottaa, laajentaa ja rakentaa ”mielen maailmaa”. (Lehtonen 1986, 131.) Nautinnollisessa elokuvakokemuksessa musiikilla on merkittävä osa. Musiikin avulla voidaan kertoa asioita, joita muuten on vaikeaa esittää. Musiikkia voidaan jopa käyttää eräänlaisena hypnoottisena elementtinä. (Saarela 2000, 18.)

Musiikin keskeinen rooli elokuvakokemuksessa mahdollistaa tulevien tapahtumien ennakoimisen. Musiikilla voi nopeasti ja huomaamattomasti välittää katsojalle tietoa elokuvan tapahtumista, tarinasta, paikasta, ajasta ja roolihenkilöistä. Informatiivisen tarkoituksensa lisäksi musiikilla on kyky vedota katsojan tunteisiin suoraan ja kokonaisvaltaisesti. Katsojan on helpompi ymmärtää ja uskoa valkokankaan tapahtumia, kun musiikki kaventaa hänen näkökulmaansa. Vaikka musiikki voi kaventaa katsojan näkökulmaa, se voi myös toimia laajentavana ominaisuutena elokuvassa. Sen avulla luodaan elokuvaan kolmiulotteisuus. Katsoja näkee kankaalla kaksiulotteisen kuvan, johon hän ei pysty osallistumaan, mutta musiikki auttaa häntä osallistumaan elokuvaan. Musiikki saa katsojan helpommin unohtamaan ympäristönsä ja keskittymään ainoastaan katsomisnautintoon. (Juva 1995, 203–204.) Musiikki voi myös kuljettaa kerronnan pois realistisesta ajankulusta sekä yhdistää ja yhtenäistää kohtauksia ja toimia siltana seuraavaan kuvaan tai kohtaukseen. (Saarela 2000, 18.) Musiikki helpottaa katsojan mukautumista elokuvan tapahtumiin. Kuullessaan musiikkia katsoja myös antaa helpommin anteeksi elokuvan mahdolliset epäloogisuudet ja oudolta tuntuvat käänteet. (Juva 1995, 205.)

Henkilöiden luonnetta kuvaava musiikki kertoo katsojalle, millaisesta henkilöstä on kyse. Esimerkiksi hilpeä ja kepeä musiikki yhdistettynä johonkin henkilöön, antaa hänestä rennon ja huolettoman kuvan. Musiikilla voidaan myös näyttää katsojalle, kenen näkökulmasta asioita kerrotaan. Tämä tosin vaatii yhteistyötä kuvan kanssa. Esimerkiksi kamera-ajo henkilön kasvoihin kertoo katsojalle, että kyse on juuri tämän henkilön näkökulmasta. (Juva 1995, 222–223.) Elokuvamu-

siikki toimii alisteisena puheelle ja on aina liitettynä kuvan kerrontaan. Se toimii yleensä elokuvan taustalla ja usein katsoja huomaa sen olemassaolon vasta silloin, kun se poikkeaa valkokankaan tapahtumista häiritsevästi. (Saarela 2000, 18.)

2.2 Trailerissa

Musiikki on yhtä suuri odotusten luoja kuin elokuvatrailerin kaikki kuvat. Elokuvatrailerissa musiikki toimii elokuvan tunnelman luoja ja välittäjänä. Mainostettavan elokuvan genren mukaisesti musiikki on joko hilpeää ja veijarimaista kuten *Napapiirin sankarit* (2010) elokuvatrailerissa tai pahaa aavistavaa ja uhkaavaa kuten *Harjunpää ja pahan pappi* (2010) elokuvatrailerissa. Musiikki myötäilee elokuvatrailerin tapahtumia. Trailerin juonen edetessä musiikki ilmentää jännityksen kasvamista tai kertoo katsojalle mihin suuntaan tapahtumat ovat menossa. Musiikin voi myös käsittää luonnehtivan päähenkilön mielentiloja tai ajatusmaailmaa. Usein musiikki soi läpi koko trailerin muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta. Jonkin erityisen merkityksellisen repliikin tai tapahtuman ajaksi musiikki voi vaieta hetkeksi, mutta jatkuu välittömästi trailerin edetessä. Musiikki voi myös alkaa vähän ennen puoliväliä tai aivan trailerin loppupuolella. Elokuvatrailerin musiikki kertoo katsojalle, mihin aikaan elokuva sijoittuu. Historiallisissa elokuvissa ja sotaelokuvissa musiikki on usein aikaa tukeva ja myös mahtipontinen.

Elokuvatrailereiden musiikissa on hyödynnetty suuren yleisön tuntemia kappaleita tai juuri sillä hetkellä pinnalle nousseen yhtyeen uusin single. Tunnettu kappale nostaa trailerin kiinnostavuutta ja saa sen pysymään katsojan mielessä paremmin. Tunnettuja kappaleita soi muunmuassa elokuvatrailereissa *Kielletty hedelmä* (2009) Hanna Pakarisen kappale Love in a million shades, *Napapiirin sankarit* Leevi and the Leavingsin Onnelliset ja *Jos rakastat* (2010) Hectorin kappale Jos sä tahdot niin. Elokuvassa ja elokuvatrailerissa soinnut kappale voi nousta listahitiksi tai kansan suosioon, kuten Jos sä tahdot niin -kappaleelle kävi. Elokuvan avulla vanhat kappaleet voivat nousta uudelleen suosioon, ja uudet kappaleet voivat löytää yleisönsä elokuvien avulla.

Musiikin huomioiminen elokuvassa tai elokuvatrailerissa on katsojalle vaikea asia. Musiikin tapa vaikuttaa huomaamattomasti ja alisteisesti muulle teokselle, antaa ymmärtää, että sen rooli on toissijainen. Tämä ei kuitenkaan pidä paikkaansa. Musiikin tärkeyden huomaisi parhaiten silloin, jos katsoisi kokonaisuutta ilman musiikkia. Katselukokemus muuttuisi laimeammaksi kuin jos musiikki olisi mukana. Musiikin täydellisen puuttumisen huomaaminen saattaisi olla jopa hämmentävä kokemus katsojalle, joka on tottunut kuulemaan musiikkia teoksessa, mutta ei kuuntelemaan sitä. Ilman musiikin vaikutusta esimerkiksi kohtauksen väliset yllennykset saattaisivat vaikuttaa keskeneräisiltä tai kömpelöiltä. Henkilöiden syvällisempi tulkinta ilman musiikin tuomia huomaamattomia vihjeitä olisi vaikeaa ja teoksen aiheuttama tunnekokemus jäisi puutteelliseksi.

2.3 Tunteet musiikin kokemisessa

Elokuvatrailerissa musiikin avulla tapahtumien ennakoiminen on hämmentävää ja haasteellista siksi, että traileri esittelee kunkin kohtauksen vain siihen pisteeseen, jossa jännitys on korkeimmillaan, mutta ratkaisu jätetään näyttämättä. Musiikki tukee kuvaa ja trailerissa eniten vihjeitä antavat kuvat on tehostettu musiikillisilla painotuksilla esimerkiksi musiikin huippukohta tai jokin erikoisääni lopettaa tällaisen kohtauksen. Seuraavassa kohtauksessa musiikki jatkaa samaa teemaa ja kohoaa huippukohtaan samantyyllisesti. Vaihtoehtoisesti täydellisellä hiljaisuudella on painotettu jotakin tärkeää vihjetä trailerissa. Elokuvatrailerissa musiikki kertoo katsojalle, missä asemassa esitettävät henkilöt ovat päähenkilöön nähden. Viholliset ja puolustajat on niin sanotusti merkitty erilaisilla musiikillisilla vihjeillä. Tällaiset musiikilliset vihjeet toimivat, koska ne ovat ihmiselle arkielämästä tuttuja toimintatapoja, joiden avulla ihminen ennakoi toisten käyttäytymistä. (Tekstissä on käytetty esimerkkinä elokuvan Hella W traileria). Ihminen käyttää musiikkia arkielämässään tunteiden ja mielialojen säätelyyn. Äänten perusteella ihminen pystyy myös ennakoimaan toisten liikkeitä ja käyttäytymistä. Tunteiden määrittämisessä on hyvä erottaa tunteiden tunnistamisen ja kokemisen ero. On eri asia tunnistaa musiikki surulliseksi tai iloiseksi kuin tuntea surua tai iloa henkilökohtaisesti musiikkia kuunnellessaan. (Eerola & Saarikallio 2010, 259–260.) Elokuvatrailerista pystyy tunnistamaan musiikin su-

rulliseksi tai iloiseksi. Trailerin keston vuoksi tunteen saavuttaminen kokemisen tasolle on liian lyhyt.

Musiikki tavoittaa ihmisen monella eri tasolla. Se vaikuttaa mielikuviin symbolisesti ja kehoon fyysisesti esimerkiksi refleksitoimintana. Musiikki vaikuttaa ihmiseen yleensä samastumisen kautta, mutta myös muistojen avulla. Tunteisiin vaikuttavia musiikillisia elementtejä on yhtä paljon kuin on kokijoitakin, sillä musiikin vaikutus on yksilöllistä. Musiikin tunnevaikutukset ovat vuorovaikutuksessa musiikin, ihmisen ja vallitsevan kontekstin välillä. (Eerola & Saarikallio 2010, 266–267.) Elokuvatrailer ei välttämättä pysty vaikuttamaan katsojaan niin, että refleksinomaisia fyysisiä tuntemuksia tapahtuisi. Yhtäkkinen kova tai yllättävä ääni hiljaisuuden jälkeen voisi kuitenkin vaikuttaa myös refleksitoimintaan esimerkiksi säikähdyksenä. On huomioitava, että trailerin aiheuttamaan refleksitoimintaan vaikuttaa myös trailerin katselutilanne. Elokuvateatterissa valkokankaalta nähty ja kuultu yllättävä kohta on tehokkaampi kuin esimerkiksi televisiossa koettuna.

Musiikin symboliset vihjeet elokuvatrailerissa ovat keskeisessä osassa tapahtumien seuraamisessa ja ennakkoinnissa. Molli- tai duurivoittoinen musiikki antaa katsojalle tietoa, minkä luontoinen elokuvatrailerin tarina on. Eri soittimet voivat myös vaikuttaa symbolisiin vihjeisiin. Esimerkiksi duurissa soitettu pianokappale viestii iloisesta ja onnellisesta kohtauksesta, kun taas mollissa soitettu viulukappale kertoo surusta tai onnettomuudesta.

Musiikin aiheuttama tunnekokemus on vahvimmillaan, kun katsoja on samastunut elokuvatrailerin tapahtumiin. Lyhyen keston vuoksi samastuminen voi olla trailerin kohdalla haasteellisempaa kuin esimerkiksi elokuvaa katsottaessa. Traileri voi kuitenkin aiheuttaa musiikilla tunnekokemuksia, jotka perustuvat katsojan muistiin. Katsoja voi nähdä ja kuulla trailerissa jonkin itseään lähellä olevan samankaltaisen tapahtuman, joka muistojen myötä voi aiheuttaa tunnekokemuksen, vaikka samastuminen ei ole ehtinyt tapahtua.

3 MUSIIKKI JA GENRE

3.1 Genren juuret

Jokaisella valtiolla on omantyyppisensä genrejaottelu. Hollywoodin mallin mukaan eri kansallisuudet muokkaavat genret itselleen sopiviksi. Genret määräytyivät Hollywoodin studiokaudella. Niihin vaikuttavat kysynnän ja tarjonnan sekä tuotannon ja kulutuksen välinen vuorovaikutus. Klassisen kauden loppupuolella perinteiset lajityypit kokivat muutoksia. 1960-luvulla musikaali, kauhuelokuva, rikoselokuva, melodraama ja western kokivat uudistuksia ja tarkennuksia Hollywoodin genrejaattelussa. Uudessa genrejaattelussa musikaalia seurasi rock-elokuvat, kauhuelokuvat jatkoivat suunnilleen samassa muodossaan, rikoselokuvat muotoutuivat poliisi- ja mafiaelokuviksi ja melodraama pirstoutui useisiin eri suuntiin ja sitä pysyi hyödyntämään lähes kaikissa lajityypeissä. (Toiviainen 2002, 195–196.)

Elokuvan tuottajalla ja yleisöllä on hieman erilainen näkemys genren käsitteestä. Tuottajalle genre on markkinoinnin väline. Elokuvan massakulttuurimainen luonne merkitsee tuottajan näkökulmasta sitä, että mitä enemmän jokin genre vetää katsojia puoleensa, sitä suurempi toistettavuus sillä on. Itse asiassa yleisö muodostaa genrekäsitteen juuri toistettavuutensa ja vuorovaikutuksena periaatteella. Yleisölle genre merkitsee vihjeitä ja luo odotuksia elokuvan tapahtumista. Genren voi määritellä olevan taloudellisesti ja yhteiskunnallisesti muotoutuva ilmiö. Se on herkkä muutokselle, muuntelulle ja vuorovaikutukselle. (Toiviainen 2002, 196.)

3.2 Genre Suomessa

Suomessa Hollywoodin genrejaottelu ei löytänyt täysin omaa paikkaansa. Suomalaiselle genrejaottelulle ovat ominaisia tukkilais-, pohjalais- ja Lapinelokuvat sekä ihmissuhdetarinat ja yhteiskuntaa koskevat ja arvostelevat teemat. Melodraama on suomalaiselle elokuvalla tyypillistä samoin farssimaiset komediaelo-

kuvat: Rillumarei-, Pekka Puupää- ja Uuno Turhapuro -elokuvat (Toiviainen 2002, 195, 197.)

1980-luvulla kunnostautuneen Suomen Elokuvasäätiön tukipolitiikka mahdollisti aihepiirin laajentumisen. Vanhoja lajityyppejä elpyi ja uusia pystyttiin kehittämään, osaksi uuden tekijäsukupolven johdolla. Tapio Suomisen *Täältä tullaan elämä* (1980) oli menestyksekkäs nuorisoelekuva Mika Kaurismäen *Arvottomat* (1982) avasi tietä road movieille sekä rikos- ja jännityselokuvalle, lasten- ja satuelokuvien tekijöitä olivat muun muassa Martti Kuortti *Kiljusen herrasväki* (1981) sekä Päivi Harzell ja Liisa Helminen elokuvallaan *Kuningas, jolla ei ollut sydäntä* (1982). Sotaelokuvan uutuuksia olivat Pedon merkki (1981) sekä *Tuntemattoman sotilaan* Mollbergin versio (1985). *Saimaa-ilmiö* sekä *Rokki-diggari* (1981) edustivat uutta rock-elokuvaa. (Toiviainen 2002, 197.)

3.3 Katsojan odotukset

Katsoja odottaa tietyn genren elokuvilta tietynlaisia ominaisuuksia. Hauskassa komediallisessa elokuvassa katsoja odottaa kuulevansa huvittavaa ja rempseää musiikkia. Synkässä draamassa taas melankolinen ja vahva musiikki on odotukset täyttävä. Musiikin täytyy tukea elokuvan tarinaa ja ottaa genre huomioon. Suomessa genrejako musiikillisesti on jaettu neljään osaan: melodraamat, komediat, musiikkielokuvat ja draamaelokuvat yleensä, ilman eriteltyjä tuntomerkkejä. Kotimaiset elokuvat käsittelevät usein jonkinasteisia ihmissuhdeongelmia historialliseen, komedialliseen tai nykyaikaiseen kontekstiin yhdistettynä. Elokuvan ennakkotietojen perusteella pienen budjetin elokuvat sisältävät bändikeskeistä musiikkia tai syntetisaattorilla tehtyä musiikkia. Suuremman budjetin elokuvat taas ovat musiikillisesti kunnianhimoisempia. (Juva 1995, 233.)

On vaikeaa kuvitella, että katsojien genrevalintaan kovinkaan paljon vaikuttaisi ennakkotietojen, esimerkiksi trailerin perusteella kuullun musiikin välittämä tieto elokuvan budjetista. Katsojat eivät usein tiedä tai välitä, kuinka paljon rahaa tuotantoyhtiö on elokuvaan laittanut varsinkaan näkemättä elokuvaa. Jos bändikeskeisellä musiikilla tarkoitetaan maamme tunnetuimpia artisteja, ei katsoja kuvittele heidän panoksensa olevan halpa. Aktiivinen ja intohimoinen musiikin

kuluttaja voi erottaa halvalla tai kalliilla tehdyn musiikin erot, mutta suurin osa katsojista eroa tuskin huomaa. Voi jopa käydä niin, että kun katsoja kuulee elokuvatrailerissa jonkin tutun yhtyeen esittämän kappaleen, se nostaa hänen mielenkiintoaan entisestään, varsinkin, jos yhtye kiinnostaa häntä muutoin. Tärkeämpää on, että yhtyeen musiikki vaikuttaa sopivan elokuvan luonteeseen ja genreen yleisesti.

4 MUSIIKKI JA IDENTITEETTI

Jatkuvaa identiteetin etsintää ja kulttuuri-identiteetin pirstoutumista pidetään erityispiirteenä nykyisessä postmodernissa kulttuurissa. Yksilön minuuden hajoaminen ei ole ongelma, vaan siitä tulee voimavara ja se mahdollistaa moniulotteisen suhtautumisen maailmaan. Nyky-yhteiskunnassa itseys ei määräydy pelkästään syntymäpaikan tai sosiaalisen aseman mukaan, koska muuttoliike on vilkasta. Identiteetti rakentuu ja kehittyy kasvun myötä ja sitä kasvatetaan läpi elämän. Musiikki vaikuttaa identiteetin rakentumisessa varsinkin nuorilla. Nuorella iällä identiteetit vaihtuvat ja muokkautuvat ihanteiden mukaan. Jokaisella musiikin kuuntelemisella on omat tavoitteensa ja motiivinsa, sillä kulttuuriin liittyen toimintaan liittyy valinnan mahdollisuus. Ihmisten identiteetit ovat muuttuvia myös siksi, että ne liittyvät todellisuuteen, jonka tulkinta on muuntuva. (Suutari 2005, 322.) Musiikillinen identiteetti voi vaikuttaa katsojan elokuvamieltymyksiin ja sen vuoksi se vaikuttaa myös elokuvatraileriin. Katsojan ikä ja musiikki-identiteetin kehitys vaikuttavat katsojan mieltymyksiin tietyn lajityypin elokuvista. Elokuvatrailerimusiikin tehtävänä on esitellä, mitä elokuvan musiikkisisältö tarjoaa. Esimerkiksi erityisesti rockmusiikkiin mieltynyt katsoja voi musiikki-identiteettinsä takia vieroksua elokuvia, joiden musiikkitarjonta sisältää iskelmäkappaleita. Identiteetin vahvuus ja joustavuus määrittelevät katsojan mieltymyksiä ja mielenkiintoa ottaa selvää erilaisista musiikkityyleistä kuin mikä itsellä on.

Musiikkilajeihin liittyy aina konventioita, joiden avulla yleisö pystyy ennakoimaan esitystä. Kategoriat helpottavat musiikin valintaa, mutta ne voivat sisältää myös yllätyksiä. Tämä ei ole ongelma, sillä odotettu mielihyvä korostuu yllätysten

myötä. Musiikkimieltymykset voivat vaihdella eri tilanteiden mukaan. Tiettyyn paikkaan tai kontekstiin yhdistetty musiikki voi olla miellyttävää, vaikka kyseisestä musiikkityylistä ei erikoisemmin välittäisikään. Maailmankuvaltaan tai musiikkimaultaan poikkeavaan ryhmään on mahdollista identifioitua musiikkikokemusten kautta. Ainoastaan kyseinen aika ja paikka ovat merkitseviä, että ryhmä pystyy sitoutumaan ja jakamaan musiikin ja yhteisen identiteetin, vallitsevista mielipiteistä huolimatta. (Suutari 2005, 323–324.) Elokuva *Ganes* (2007) on selkeä esimerkki elokuvasta, jolla on tietty musiikillinen identiteetti. Elokuva kertoo Hurriganes-yhtyeen jäsenistä erityisesti Remu Aaltosesta enemmän tai vähemmän fiktiivisesti. Tällaisen elokuvan kiinnostavuuteen voi vahvasti vaikuttaa sen sisältävä musiikkityyli. Elokuvan rock-henkisyys on yksi vallitsevista teemoista elokuvassa. Katsojan musiikillinen identiteetti on vaikuttava tekijä elokuvan kiinnostavuudessa. Jos Hurriganes-yhtyeen musiikki ei ole katsojan musiikki-identiteetin mukainen, voi elokuva jäädä näkemättä. Huomioitava asia on tietenkin, miten vahva tai joustava musiikki-identiteetti katsojalla on.

Musiikilla on mahdollista tavoittaa yhteisöllisiä assosioita. Musiikin avulla on mahdollista muodostaa käsityksiä itsensä lisäksi muista ryhmistä ja erilaisista kulttuurisista paikoista ja tilanteista. Musiikin nonverbaalisuus auttaa vahvistamaan ihmisten yhteenkuuluvaisuutta. Lisäksi musiikki on vallankäytön ja kontrollin väline. Siksi on tärkeä ymmärtää musiikin vahvaa vaikutusta itsetuntoon ja identiteetin rakentumiseen ja huomioida se myös musiikin eettisissä kysymyksissä. (Suutari 2005, 328–329.)

5 ELOKUVAMUSIIKIN HISTORIAA SUOMESSA

5.1 Mykkäelokuvasta äänielokuvaan

Musiikin asema äänielokuvan myötä on ollut merkittävä. Myös mykkäkauden elokuvissa musiikilla oli tärkeä tehtävä. Suomen suurimmissa kaupungeissa elokuvaesityksiä tahdittivat suuret orkesterit, kuorot tai kunnioitetut solistit. Myös väliajoilla ja kelanvaihdon aikana musiikki viihdytti yleisöä. Pienienkin kaupunki-

en elokuvaesityksissä oli vähintään piano säestämässä. Useista mykkäkauden elokuvasoittajista tuli äänen saavuttua elokuvaan äänielokuvien säveltäjiä. (Alanen 2002, 233–234.)

Elokuvaesityksissä ei yleisesti käytetty elokuvan alkuperäistä musiikkia. Musiikki rakentui tunnetuista sävelmistä sekä konserttisävelmistä. Alkuperäismusiikista saatettiin ottaa perusta musiikille, jota sitten muokattiin tilanteisiin sopiviksi. Elokuvien säestäminen pyrittiin saamaan samantyyppisiksi kuin melodraamallisissa teatteriesityksissä. Säestyksen tarkoitus elokuvalla oli korostaa tapahtumien luonnetta. Säestystä valittaessa elokuvaan sovitettiin usein kansansävelmistä tuttuja teemoja sekä suomalaisia säveltäjiä työllistettiin ahkerasti. Elokuväsävelmistä tuli katsojille yhtä merkittäviä kuin iskelmät ja kupletit. Suosittuja sävelmiä olivat Jean Sibeliuksen, Toivo Kuulan, Erkki Melartinin Oskar Merikannon, Leevi Madetojan, Selim Palmgrenin ja Armas Järnefeltin sävellykset. (Alanen 2002, 235.)

Aluksi mykkäelokuvista tehtiin äänielokuvia synkronoimalla niihin äänitallenteet. Ensimmäiset amerikkalaiset äänielokuvat nähtiin Suomessa 1929. (Alanen 2002, 235.) Suomessa suunniteltiin omia versioita optisesta äänestä ja äänilevytekniikasta. (Alanen 2002, 235). Amerikassa tehdystä ensimmäisestä suomalaisessa äänifilmitallenteesta vuodelta 1929 näyttelijätär Annie Mörk tulkitsee balladin *Kuismasta ja Helinästä* (Alanen 2002, 235). Kesällä 1928 Lahyn-Filmi teki kokeiluja äänifilmikalustolla (Alanen 2002, 235). Vuonna 1931 tehtiin useita äänellä varustettuja elokuvia. Esimerkiksi Martti Similä sovitti ääninauhan jälkiäänityksenä mykkäelokuvaan *Aatamin asussa ja vähän Eevankin*. Ensimmäinen vuonna 1931 valmistunut pitkä äänielokuva *Sano se suomeksi* oli Lahyn-Filmin ansiota. (Alanen 2002, 235.)

Suomalaiselle yleisölle olivat mieleen suomalaista musiikkia sisältävät elokuvat. Vuonna 1932 yli puolet Suomen elokuvateattereista pystyi esittämään äänielokuvia. Yksi menestyneimmistä elokuvasäveltäjistä oli Georg Malmstén. Hän oli mukana jo elokuvassa *Sano se suomeksi*. (Alanen 2002, 236–237.) Muita hänen musikaalielokuvien sävelmiä ovat muun muassa Tauno Palon ja Ansa Ikkosen tulkitsema *Pot-pot-pot-pot* sekä *Shampanjakuhertelua* elokuvasta *Avio-*

liittoyhtiö vuodelta 1942. Toinen tuon ajan musiikkielokuvien menestynyt säveltäjä oli Olavi Virta. (Alanen 2002, 236–237.)

Suomalaiseen elokuvaan on myös vaikuttanut kuplettitaitajien ja lauluntekijöiden panos. Esimerkiksi J. Alfred Tannerin, Matti Jurvan, Tatu Pekkarisen, Rafu Ramstedtin ja Reino Helismaan hilpeät laulut ovat antaneet inspiraatiotaan elokuvamusiikkiin. Myös kansanlaulujen suosio ja vaikutus näkyivät elokuvamusiikissa. (Alanen 2002, 239.)

5.2 Sodan jälkeinen elokuva

Sodan jälkeen Suomi-Filmistä erkaantunut Erkki Karun perustama Suomen Filmitoimisto ja Fenno- ja Adams-Filmistä muodostunut Fennada tuotantoyhtiöt kilpailivat keskenään kehittyneimmästä tekniikasta ja parhaimmista studioista. Kilpailu synnytti laadukkaita elokuvia, joissa myös musiikki oli huolellisesti laadittua. Elokuvamusiikot joutuivat usein elokuvan pelastajan rooliin, sillä raskas koneisto ja aikatauluongelmat vaikeuttivat elokuvan tekoa. Sota-aikana tehdyt historialliset pukudraamat ja eskapistiset elokuvat haastoivat elokuvasäveltäjiä maalauksellisten tunneilmaisujen säveltämiseen sekä tarttuvien melodioiden tuottamiseen. (Alanen 2002, 240.)

1940-luvun loppupuolelta lähtien elokuvien musiikki meni vakavampaan suuntaan. Tärkeäksi tulivat elokuvan sisään rakennetut kappaleet ja suosittuja lauluja lainaavat aiheet. Laulut olivat monesti tärkein osa elokuvaa. Joskus jopa pelkän laulun ympärille ryhdyttiin rakentamaan elokuvaa, kuten kävi Reino Helismaan kappaleelle *Rovaniemen markkinoilla*. Elokuvissa esitetyt kappaleet nousivat yleisön suosioon ennakoitua paremmin. (Alanen 2002, 244, 246.)

5.3 Jazzia valkokankaalla

1950-luvulta lähtien elokuvamusiikin oli taas aika kehittyä ja mennä eteenpäin. Kuplettirallit eivät enää riittäneet kaikkeen, vaan musiikki muuttui kunnianhimoisemmaksi, tosin kansanlaulujen suosio ja käyttö säilyi teoksissa. Erityisesti tietä

raivasivat Matti Kassilan elokuvia säveltäneet Ahti Sonninen, Matti Rautio, Jaakko Salo sekä Osmo Lindeman. (Alanen 2002, 251–252.)

1960-luvun alussa elokuva koki luhistumisen. Asiaa ei suinkaan helpottanut 1963 alkanut näyttelijöiden lakko, joka kesti kaksi ja puoli vuotta. Musiikin säveltäminen elokuvaan keventyi ja yksinkertaistui ja jazzmuusikot löysivät tiensä valkokankaalle. Jazzmusiikkia oli toki kuultu elokuvissa mykkäkaudelta lähtien, mutta 1950-luvulla jazzia saattoi kuulla elokuvissa improvisoidummin. Jazzvaikutteita elokuvaan toivat muunmuassa. Erkki Ertama, Olli Häme, Eino Virtanen ja Herbert Katz. (Alanen 2002, 253–255.)

5.4 Suomalaista elokuvarockia

Ensimmäinen varsinainen rocksoundtrack kuultiin valkokankaalla jo vuonna 1962 Veikko Itkosen elokuvassa *Vaarallista vapautta*. *The Strangers* -yhtyeen *Vaara*-kappale oli elokuvan avainteema sekä yhtyeen ensimmäinen singlejulkaisunsa. Samainen yhtye nousi hittilistoille kappaleilla *Kolme kitaraa* ja *Castle Mood*, jotka soivat elokuvassa *Suuri sävelparaati*. Rock- ja pop-yhtyeet alkoivat näkyä elokuvissa enemmänkin 1960-luvun lopulla, kuten yhtyeet *The Creatures* ja *Blue Section*. (Alanen 2002, 262.)

1970-luku oli kapinallista niin elokuvan kuin elokuvamusiikinkin alueella. Katsojaluvuilla ei 1970-luku voi rehvastella, sillä kapinaelokuvat eivät juuri yleisöä kiinnostaneet. (Alanen 2002, 263–264.) Poikkeuksen teki Tapio Suomisen elokuva, *Täältä tullaan elämä* (1980), joka kertoo tarkkailuluokan oppilaista helsinkiläisessä lähiössä. Se oli menestys niin yleisön kuin kriitikoidenkin mielestä. (Toiviainen 2007, 157.) Elokuvassa kuullaan Ralf Örnin säveltämä *Säpinää* kappale, josta tuli hitti elokuvan myötä (Kari 2004, 98).

1980-luvulla rock-vaikutteet upposivat paremmin elokuvamusiikkiin sekä yleisöön kuten Mika ja Aki Kaurismäen elokuva *Arvottomat* vuodelta 1982. Kaurismäet hyödynsivät elokuvissaan Juice Leskisen, Rauli Badding Somerjoen ja Sleepy Sleepersin musiikkia. Aki Kaurismäen elokuvassa *Calamari Union* (1985) esiintyy cameorooleissa useita suomalaisia artisteja: Dave Lindholm,

Pate Mustajärvi, Tuomari Nurmio, Heinäsirkka, Mato Valtonen, Sakke Järvenpää, Saku Kuosmanen, Martti Syrjä, Pantse Syrjä, Puntti Valtonen ja Appo Hurla. Mika Kaurismäki puolestaan on tehnyt yhteistyötä elokuvassa *Helsinki-Napoli all Night long* (1987) Eppu Normaalin ja Sakari Kuosmasen kanssa sekä elokuvassa *L.A. Without a Map* (1998) esiintyvät Laika & The Cosmonauts ja Leningrad Cowboys. (Alanen 2002, 267.)

5.5 Elokuvamusiikki 1990- ja 2000-luvulla

1990-luvun alussa vaikuttanut lama näkyi myös elokuvassa. Yleisökato oli huomattava ja suomalainen elokuva taisteli olemassaolostaan. 90-luvun puolivälissä talous alkoi elpyä, mikä näkyi myös elokuvateattereiden lipputuloissa. (Toiviainen 2002, 24.) 1990-luvun alusta elokuvien teemaksi nousi vahvasti nostalgiaisuus. Suomalaista menneisyydenkaipua lohduttamaan valmistui elokuvia kansallisesti merkittävistä henkilöistä ja asioista. Markku Pölösen tuotannosta *Onnenmaa* (1993), *Kuningasjätkä* (1995) sekä *Badding* (2000) ovat suomalaiseseen mentaliteettiin ja elämänarvoihin tukeutuvia elokuvia. Timo Koivusaalon *Kulkuri ja joutsen* (1999) ja *Sibelius* (2000) sekä Pölösen tuotannot palauttivat suomalaisen elokuvan 1930–1950-lukujen studiokauden aikaisiin asetelmiin. (Nummelin 2009, 144.)

Kansallisesti koskettava sotaelokuva teki vaikutuksen ja herkisti katsojat Olli Saarelan *Rukajärven tiellä* (1999) ja Lauri Törhösen *Hylätyt talot, autiot pihat* (2000) elokuvalla. Viihde-elokuvien tuottaja Markus Selinin elokuvat *Levottomat* (2000), *Pahat pojat* (2003) ja *Matti* (2006) löysivät yleisönsä, mutta kritikoita elokuvat eivät miellyttäneet. (Nummelin 2009, 144.)

Nostalgia-teema näkyi tietenkin myös elokuvamusiikin puolella. Juha Tapanisen elokuvassa *Iskelmäprinssi* vuodelta 1991 soi nostalginen iskelmämusiikki. Nostalgia jatkui Aki Kaurismäen elokuvassa *Kauas pilvet karkaavat* (1996), jonka nimikin viittaa Rauli Badding Somerjoen kappaleeseen. Lisäksi Aki Kaurismäen elokuvissa kuullaan runsaasti Olavi Virran esityksiä. Markku Pölösen elokuvassa *Kivenpyörittäjän kylä* (1995) kuullaan elokuvasäveltäjä Vesa Mäkinen Unelman häävalssi, josta Reijo Taipale on tehnyt oman versionsa. Mäkinen on sä-

veltänyt musiikkia myös elokuvaan *Kuningasjätkä* (1998), *Emmauksen tiellä* (2001) ja *Koirankynnenleikkaaja* (2004). (Kari 2004, 109.)

Veikko Aaltosen elokuvat 1990-luvulta *Tuhlaajapoika* (1992), *Isä meidän* (1993), *Merisairas* (1996) ja *Rakkaudella, Maire* (1999) ovat Mauri Suménin käsialaa, jolla on yhteyksiä Sleepy Sleepersiin ja Leningrad Cowboysiin. Erityisesti suomalainen äänimaisema vallitsee kolmessa viimeksi mainitussa elokuvassa. Kari Hotakaisen ohjaama *Juoksuhaudantie* (2004) on myös Suménin teoksia. (Alanen 2002, 268.)

Ulkomaisista elokuvista on otettu mallia suomalaiseen elokuvamusiikkiin. Tavalista on, että elokuvien säveltäjiksi on valittu pop-musiikin puolelta tunnettu säveltäjä. Lisäksi 2000-luvun elokuvamusiikille on ominaista, että elokuvan myötä syntyy vähintään yksi ”hittibiisi”. Esimerkiksi vuonna 2007 ilmestynyt *Sooloilua*, jonka myötä Chisun kappale ”Mun koti ei oo täällä” tuli tunnetuksi. Elokuvista *Sisko tahtoisin jäädä* ja *Jos rakastat*, vuodelta 2010 on myös noussut kappaleita pinnalle. Pelle Miljoonan ”Moottoritie on kuuma” ja alun perin Hectorin kappale ”Jos sä tahdot niin” Samuli Eedelmanin ja Jipun tulkitsemana. Molemmista elokuvista on myös vanhoja kappaleita noussut uudelleen suosioon. Populaarimusiikin käyttö on viimeaikoina painottunut enemmän ei-diegeettisen musiikin (musiikin lähde ei näy kuvassa) käyttöön diegeettisen (musiikin lähde näkyy kuvassa) sijasta. Lisäksi aiemmin nauhoitettujen kappaleiden käyttö on lisääntynyt. On varsin yleistä, että jokin kappale on elokuvassa mukana vain taloudellisista syistä. Kappaleella ei välttämättä ole elokuvan sisällön kanssa merkittävää yhteyttä. (Ronkainen 2005, 37–38.)

1990- ja 2000-luvun menestyneisiin elokuvasäveltäjiin lukeutuvat Johnny Lee Michaels (Jouni Turpeinen), Yari (Jari Kuutinen) sekä Tuomas Kantelinen. Michaels on vaikuttanut musiikkiin elokuvissa *Valkoinen kääpiö* (1986), *Insiders* (1989) sekä soundtrackiin elokuvasta *Going to Cansas City* (1998). Kuutinen puolestaan sai musiikki-Jussi-palkinnon elokuvasta *Akvaariorakkaus* (1993), hän vastasi musiikista myös elokuvissa *Ihanat naiset rannalla* (1998), *Leijat Helsingin yllä* (2001) ja *Onnen varjot* (2005). Useasti musiikki-Jussi-palkinnolla palkittu Tuomas Kantelinen on 2000-luvun elokuvien elokuvamusiikin johtohahmo.

Hänen sävellyksensä kuuluvat mm elokuvissa *Lunastus* (1997), *Rukajärven tie* (1999), *Hylätyt talot, autiot pihat* (2000), *Rölli ja metsänhenki* (2001), *Aleksis Kiven elämä* (2002), *Mosku* (2003) ja *Näkymätön Elina* (2003). Kokeilevampaa sävellystä edustavat elokuvat *Bad luck love* (2000), *Minä ja Morrison* (2001) ja *Pahat pojat* (2003). (Alanen 2002, 270.)

5.6 Soundtrack

Elokuvien soundtrack-levyjä on tuotettu jo vuosikymmenten ajan. Viime aikoina tuleviin elokuviin on sävelletty niin sanottu hittibiisi ja sitä on käytetty tehokkaasti ennakkomarkkinoinnissa. ”Hittibiisin” vaikutus on kuitenkin usein aiheuttanut hämmennystä katsojissa. Kappale ei olekaan vastannut nähtävää kuvamateriaalia. Kappaleen aiheuttama emotionaalinen tunnetila ei olekaan yhdistynyt saumattomasti kuvituksen kanssa. Tästä seuraa, että katsojan on hankalaa seurata juonen kehitystä, koska kuva ja musiikki eivät toimi niin kuin hän on kuvitellut. (Pirilä 2010, 101.)

5.7 Elokuvatrailerin historiaa Suomessa

Elokuvatrailerin historiasta Suomessa on vähänlaisesti kirjoituksia. Elokuvatraileriteita alettiin tehdä 1930-luvulla ja ensimmäiset trailerit tehtiin elokuviin *Siltalan pehtoori* ja *Roinilan talossa*. (Kotiranta 2007, 9).

1990-luvulla suomalaisista elokuvista ryhdyttiin tekemään musiikkitrailereita musiikkivideoiden innoittamana. Esimerkiksi 1992 ilmestyneeseen Claes Olssoinin elokuvaan *Akvaariorakkaus* Peter Lindholm ohjasi Yarin Punaista vaniljaa -musiikkitrailerin. Aku Louhimiehen elokuva *Levottomat* sai musiikkitrailerin Pete Riskin ohjaamasta, Jonna Tervomaan kappaleesta Yhtä en saa vuonna 2000. 2003 ilmestyneen Perttu Lepän *Helmiä ja sikoja* (2003) elokuvan traileria siivittää Juice Leskisen Rakkauden haudalla Jonna Tervomaan tulkitsemana. (Alanen 2002, 83.)

6 KATSOMISESTA JA KUUNTELEMISESTA

6.1 Visuaalisuus

6.1.1 Kokemisen tarve

Ihmisen kokemukset ja aikaisempi tieto vaikuttavat tapaan, miten näemme asioita. Kulttuuri muokkaa käsitystämme siitä, miten asioita näemme tai katsomme. Näkeminen ja katsominen eivät ole sama asia, mutta ne seuraavat toisiaan. Katsominen tarkoittaa valintaa siitä, mitä näemme. Asiat, jotka näemme, tulevat ulottuville, tosin eivät välttämättä aina konkreettisesti. (Berger 1991, 8.) Ihminen ei katso kerrallaan vain yhtä asiaa tai esinettä, vaan määrittelee kohteen ja itsensä välistä suhdetta. Tietoisuus, että itse näkee, tuottaa tietoisuuden, että minutkin nähdään. Näkemisellä on molemminpuolinen luonne. On kiehtovaa ottaa selvälle, millä tavalla toinen ihminen voi nähdä. (Berger 1991, 9.) Ihmisellä on ominaisuus, joka saa hänet sijoittamaan itsensä näkemäänsä asiaan tai ympäristöön, esimerkiksi maisemaan. (Berger 1991, 11.)

Elokuva on luonnehdittu elämää simuloivaksi tapahtumaksi. Katsojaa kiinnostaa elokuva, josta hän voi löytää jotain itsestään ja kokea erilaisia tunteita. Usein elokuvissa on jokin opetus tai elämänneuvo, joka kiehtoo katsojaa satujen tapaan. Elokuvan avulla katsoja pääsee avaamaan ja käsittelemään tukahdutettuja tunteitaan. Elokuvan katselu antaa levähdystauon kiireisessä arjessa. Elokuvat voivat antaa katsojalle vinkkejä johonkin ongelmatilanteeseen ja auttaa katsomaan ja katsomaan ongelmaa eri näkökulmasta. Henkilöihin samastuessa katsoja voi tuntea erilaisia tunteita vapaasti ilman todellisen elämän aiheuttamia tunnontuskia. Elokuva voi toimia ikään kuin rinnakkaistodellisuutena, jossa katsoja voi turvallisesti opetella selviytymistä elämän ongelmatilanteista ja haasteista. (Saarinen 2006, 24–25.)

Yhtenä kriteerinä elokuvalippua ostaessaan katsoja olettaa kokevansa elämyksen, jota hän juuri sillä hetkellä tuntee tarvitsevansa (Saarinen 2006, 24). Katsoja on nähnyt elokuvan trailerin, josta hänelle on jäänyt käsitys, millaisesta elo-

kuvasta on kyse. Hän olettaa elokuvan vastaavan trailerin herättämin odotuksin. Elokuvatraileri on viestinyt katsojalle, että elokuvassa on kyse esimerkiksi hauskoista kömmähdyksistä tai jännittävästä takaa-ajosta. Elokuvatrailerin avulla katsoja ennakoi, mitä hän on menossa katsomaan ja voi myös sen perusteella valita mielentilaansa sopivan elokuvan. Kyse ei aina välttämättä ole rahan käytöstä itsestään, vaan tärkeämpää voi olla rahalla saatava mielihyvä juuri sen hetkisen mielentilan mukaan. Tällöin elokuvaan käytetty rahasumma on toissijainen asia saatuaan tunnekokemukseen verrattuna. (Ks. Saarinen 2006, 24)

Elokuvalla voi olla eheyttävä ja yhdistävä vaikutus. Sen avulla voi yrittää ymmärtää itseään, mutta myös toisia ihmisiä. (Saarinen 2006, 47–48.) Elokuvatrailerin avulla katsojan ei tarvitse luottaa vain omaan mielikuvitukseensa, joka on saattanut muodostaa käsityksen elokuvasta esimerkiksi luetun tiedon perusteella (Hietala 2007, 53). Elokuvatraileri näyttää konkreettisesti, mitä elokuva tarjoaa. Katsoja voi sen perusteella päättää, vastaako elokuva hänen tarvettaan vai ei.

6.1.2 Omin silmin

Elokuva ja televisio ovat kertojina erilaisia. Ne poikkeavat myös kirjallisesta ja suullisesta kerronnasta. Molemmat perustavat kerrontansa kuitenkin samaan periaatteeseen, joka on tunnevaikutuksien muodostumisessa ensisijaisen tärkeää. Tämä periaate käsittää ajatuksen, että ihmisellä on tarve nähdä asioita omin silmin. (Hietala 2007, 54.) Elokuva on koettava henkilökohtaisesti. Toisen ihmisen kertomus elokuvan tapahtumista ja käänteistä ei riitä. On myös mahdollista, että ihmiset kokevat ja käsittävät asioita eri lailla taustasta riippuen. Siksi on tärkeää kokea elokuvan tarina itse.

Elävä kuva ja ääni tuottavat voimakkaan illuusion, jossa katsoja tuntee osallistuvansa tapahtumiin henkilökohtaisesti. Verbaalisen ja audiovisuaalisen viestintän erona on se, että verbaalinen viestintä tapahtuu jonkun toisen kertomana ja audiovisuaalinen viestintä antaa katsoja-kuulijalleen mahdollisuuden kokea asiat itse, preesensissä. Kun katsoja näkee asiat omin silmin, hän luottaa tietoon varmemmin eikä mielikuvitukselle jää liikaa kyseenalaista tulkittavaa. Näkemi-

nen omin silmin ennen kaikkea vahvistaa henkilökohtaista kokemusta ja tunnetta. (Hietala 2007, 54.) Elokuvaan liittyviin asioihin on myös helpompi ottaa kantaa, kun niistä on oma käsitys. Oman käsityksen rakentaminen alkaa jo elokuvatrailerin näkemisestä. Ihmiset kiinnittävät trailerissakin huomion eri asioihin. Joku on kiinnostunut näyttelijöistä, joku antaa tarinalle suuremman arvon ja jonkun mielestä tunnekokemus on tärkein. Erityisesti tunnekokemusta haettaessa elokuvatrailerin esittämä tunnelma ja musiikki ovat ensiarvoisen tärkeitä vihjeitä elokuvan luonteesta. Tarpeeksi dramaattinen musiikki, joka korostuu loppua kohden, tuottaa katsojalle ennakko-odotuksen elokuvasta. Esimerkiksi elokuvan *Hella W* trailerissa musiikki lupaa hurjia käänteitä ja salaperäistä juonta. Lisäksi elokuvan ja television ilmaisukieli ei välitä vain koko- tai yleiskuvaa, kuten teatteri, vaan se tarjoaa lähikuvia, joiden tunnepitoisuudet ja vaikutukset ovat suuria (Hietala 2007, 55).

Ihminen kamppailee joka päivä tunteen ja älyn ristiaallokossa. Hyvin usein kamppailu päättyy tunteen voittoon. (Hietala 2007, 55.) Nykyisessä elämässä media vaikuttaa arkeen niin täysivaltaisesti, että jopa miehen ja naisen mallit opitaan elokuvista ja televisiosta. Lähikuva on käytetyin tunnepitoisien hetkien kuvaaja. Sen vetoavuus tunteisiin on hyvin tehokasta. Lähikuvan avulla pyritään luomaan kohteen ja katsojan välille läheinen suhde. Henkilöhahmot varsinkin televisiosarjoissa saattavat tulla yhtä tutuiksi kuin lähimmät omaiset todellisessa elämässä. Tällaista suhdetta kutsutaan parasosiaaliseksi suhteeksi, tarinan henkilöt mielletään oikeiksi ihmisiksi ja heihin kohdistetaan aitoja, oikeita tunteita. (Hietala 2007, 57–58.)

Ihmisen tarve nähdä toisia ihmisiä valkokankaalla arkisissa askareissa tai jännittävissä seikkailuissa voi lohduttaa, antaa toivoa ja rohkeutta sekä laajentaa ymmärrystä omasta elämästä. Jos valkokankaan henkilöillä menee vielä huonommin kuin katsojalla katsomossa, voi hän lohduttautua ajatuksella, ettei hän ole ainoa ongelmiansa kanssa. Lisäksi elokuvan loppuratkaisu on usein onnellinen, joten se voi antaa toivoa. Historiallisen elokuvan katsominen voi olla opettavaista, mutta katsojan täytyy silti muistaa tarinan fiktiivisyys. Katsojalle, joka nimenomaan haluaa elokuvalta oppia, lohdutusta tai rohkeutta, on hyödyllistä nähdä elokuvan traileri ennalta. Sen avulla hän pystyy hieman luotettavammin

arvioimaan, minkä elokuvan valitsee. On tutkittu esittävän kuvan tehon perustuvan siihen, että se jäljittelee ihmisen normaalia näköhavaintoa, hallitsevassa ja jäsentyneessä muodossa (Hietala 2007, 123). Ympäristön havainnointi on tavoitteellista toimintaa. Aivot järjestelevät ärsykeitä tavoitteen mukaan. Esittävässä kuvassa visuaaliset ärsykkeet eivät ole epäjärjestyksessä, vaan ne on järjestelty valmiiksi ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi, johon voi rauhassa keskittyä. Elävä kuva luo vahvan illuusion normaalista maailman havainnoinnista. Elävän kuvan synnyttämä, ihmistä luonnollisesti miellyttävä ominaisuus ei rikoudu, vaikka sen tietää olevan epärealistinen. (Hietala 2007, 123.) Ihmisen mielellä on taipumus unohtaa tai korjata kuvan puutteet, ja nähtävät tapahtumat tuntuvat todelta (Hietala 2007, 124).

6.1.3 Asenne ja mieliala

Ihmisen tapa käsitellä informaatioita on tärkeämpi kuin pelkkä informaatio. Asennevaikuttaminen sisältää usein uusien asenteiden rakentamista, entisten asenteiden muotoilua uudestaan tai niiden vahvistamista. Asenteisiin vaikuttaa kolme ulottuvuutta, tieto, tunne ja toiminta. Asenteen perustana on tieto. Tunne vahvistaa katsojan vakaumusta johonkin asiaan tai kohteeseen. Mainostajan täytyy pohtia, mitä katsojat haluavat ja miksi. Asenteen muodostama tieto ja tunne yhdessä aiheuttavat toiminnan. Kuitenkin joskus haluttuun asennevaikutukseen voidaan päästä pelkästään tiedollisella tasolla niin, ettei toimintaa tarvita. (Mustonen 2000, 41–43.)

Sosiaaliset kognitiot muuttuvat hitaasti, mikä vaikeuttaa asennevaikuttamista. Kasvu ympäristön asenteet muokkaavat yksilön omia asenteita. Vahvoihin vakaumuksellisiin ajattelutapoihin on vaikeinta yrittää vaikuttaa. Helpoiten muokattavissa olevat asenteet ovat muodostuneet perifeeristä reittiä pitkin. Ne ovat joustavia, minkä vuoksi niitä on helpompi muokata. Asenteiden tutkiminen on vaikeaa, sillä ne perustuvat tiedolliselle tasolle, ihmisten ajatuksiin ja käsityksiin. Ihmiset helposti vääristelevät ja vähättelevät tunteisiinsa ja itseensä henkilökohtaisesti vaikuttavia asioita. (Mustonen 2000, 43–44.)

Katsojan mieliala on ikään kuin yhteydessä mainoksen mielialaan. Katsomistilanne ja mainokseen yhdistettävät asiat vaikuttavat kokemukseen, joka syntyy mainosta katsottaessa. Ihmiset pyrkivät saavuttamaan jatkuvuuden ja johdonmukaisuuden myös mielialoissaan. Mieliala on yhteydessä muistiin. On tutkittu, että katsojan on helpompi palauttaa mieleensä mainoksen viesti, jos muistiin palauttamisen ja viestille altistumisen mieliala ovat samankaltaisia. (Mustonen 2000, 44.)

6.2 Auditiiivisuus

6.2.1 Aistit musiikin kokemisessa

Ääni on tärkeä tekijä elokuvassa yhteyksien luojana. Ääni voi tarjota linkkejä muille elokuvallisille ominaisuuksille ja sen myötä vakiinnuttaa asemansa osana elokuvan ilmaisu. (Crawford 2010, 36.) Äänen roolia ja merkitystä välittää tietoa, tunnelmaa ja mielialoja on aliarvioitu. Äänellä voi myös välittää tietoa ihmisistä, yhteisöistä ja elämästä. Ääni voi muuttaa katsomistapaamme ja käsitystämme maailmasta elokuvien avulla. (Iversen 2010, 70.)

Kuulo- ja näköaisti toimivat eri tavoin. Kuvasta on helpompaa ja nopeampaa muodostaa käsitys kuin kuulohavaintoa vaativalta kohteelta. Kuulohavainnon ymmärtäminen vie enemmän aikaa. Siksi elokuvan musiikki ja äänet pyritään tekemään mahdollisimman selkeiksi ymmärtämisen helpottamiseksi. Näköaisti on kuuloaistia tarkempi. Katsoja voi unohtaa kuunnella elokuvassa olevaa musiikkia, mutta kuvia hän unohtaa katsoa vain sulkemalla silmänsä tai siirtämällä katseensa pois. Kuuloaisti kuitenkin toimii, vaikka sitä ei aktiivisesti tai tietoisesti käytäkään. (Juva 1995, 206.)

6.2.2 Sisäinen kuuleminen

Musiikin ulkoisen kuulemisen lisäksi voimme kuulla musiikkia myös sisäisesti. Ilmiötä kutsutaan musiikin soimiseksi mielessä. Jotkut ihmiset eivät voi kuulla

musiikkia mielessään, he eivät siis kykene muistamaan musiikkisävelmiä tai muistavat niitä hyvin vähän. Jotkut taas saattavat kuulla mielessään kokonaisia teoksia. Visuaalisten mielikuvien tuottamisen lisäksi myös musiikillisten mielikuvien tuottaminen on mahdollista. Kansanomainen ilmaus ilmiölle on jonkun kappaleen soiminen ”päässä”. Ammattimuusikoilla tämä kyky kuvitella musiikkia mielessään on yleisesti ottaen suurempi kuin tavallisilla musiikin kuuntelijoilla. (Sacks 2008, 50–51.)

Sisäisen musiikin kokemista voivat edistää suggestio ja odotukset. Ne voivat tuottaa lähes todelliseen musiikkiaistimukseen verrattavan kokemuksen. Suurelta osin vaikuttaa siltä, että sisäistä musiikkia ei voi täydellisesti hallita. Sitä ei voi käskä tai kutsua tietoisesti, vaan usein se toimii spontaanisti. Joskus ihminen vain yhtäkkiä huomaa kuvittelevansa musiikkia mielessään. Musiikki on voinut soida mielessä jo kauan aikaa. Mielessä soivan musiikin pysäyttäminen, vaihtaminen tai poistaminen voi olla työlästä eikä usein onnistu. (Sacks 2008, 53–54.) Tällaista sisäistä musiikki kutsutaan patologiseksi musiikiksi. Ilmiölle on tyypillistä, että kappaleesta toistuu jokin tietty lyhyt katkelma. Se voi jatkua useita päiviä kunnes katoaa pois. Mielessä soiva musiikki on usein luonteeltaan vaihtelematonta ja stereotyyppistä. Se kestää yleensä tietyn ajan ja haihtuu pois. Vaikka mielessä soinut musiikkiteema onkin haihtunut pois, se ei tarkoita ettei se voisi palata takaisin. (Sacks 2008, 65.)

Musiikki voi jättää jäljen muistiin ja jonkin miellelyhtymän tai viittauksen kautta se voi palata takaisin pitkänkin ajan jälkeen. (Sacks 2008, 65.) Tällöin on kyse jostakin pakottavasta prosessista, jossa musiikki on tunkeutunut johonkin aivojen osaan. Tavallisesti tällainen ilmiö käynnistyy jonkin televisio-ohjelman, mainoksen tai elokuvan teemamusiikin seurauksena. Kyseessä ei ole sattuma, vaan tarkasti suunniteltu ja toteutettu musiikkialan termien avulla aikaansaatu kuulijan koukuttaminen. (Sacks 2008, 61.) Sisäisen musiikin käyttäminen elokuvan markkinoinnissa esimerkiksi elokuvatrailerissa on tehokasta, mutta myös kyseenalaista huomioiden, että sisäiseen musiikki on hyvin vaikeaa itse vaikuttaa. Tosin katsojalle aiheutuva mahdollinen haitta elokuvatrailerin musiikin soimisesta päässä on pienempi kuin siitä saatava hyöty niin markkinoijan kuin katsojankin näkökulmasta katsottuna, jos elokuva miellyttää katsojaa. Tietenkin on

mahdollista, että kappale jää soimaan päähän myös elokuvan jälkeen, mutta siihen on katsoja itse saanut vaikuttaa.

Mielessä soivan musiikin aiheuttaa myös jokin assosiaatio arkipäiväisestä elämästä. Esimerkiksi henkilö on lähdössä vierailulle jonkun tärkeän ihmisen luo, jota ei ole tavannut pitkään aikaan. Ihmistä ajatellessaan henkilölle voi tulla mieleen jokin yhdessä koettu muisto, johon liittyy musiikkia, tai jokin kappale, joka alkaa soida mielessä. Sanalliset assosiaatiot tarkentuvat jälkikäteen, koska ne toimivat alitajunnassa. (Sacks 2008, 56.) Verrattuna muihin kädellisiin ihmisellä on erityisen herkkä ja hienostunut järjestelmä aistia ja tuntea musiikkia. Tämä järjestelmä on yhtä herkkiä niin ulkoiselle kuin sisäiselle stimuloinnille. Sisäiseen stimulointiin liittyvät merkittävästi muistot, tunteet ja mielle yhtymät. (Sacks 2008, 59.)

Visuaalisten ja musiikillisten mielikuvien olemukset ovat erilaisia. Visuaalinen mielikuva rakentuu muistoihimme henkilökohtaisten kokemusten myötä elämän alusta lähtien. Musiikkikappaleet ovat taas valmiiksi jonkun toisen rakentamia. Visuaalinen tai sosiaalinen mielikuva voidaan rakentaa uudelleen useita kertoja, mutta musiikin palauttaminen mieleen vaatii lähes alkuperäistä vastaavan tilanteen. Kuuntelutilanne ei tietenkään voi olla täysin yhtenevä alkuperäiseen, vaan siihen vaikuttavat tulkinta ja tunteet, mutta musiikin ominaisuudet: tempo, rytmi, sointi, melodiset sävelkulut ja äänenkorkeus säilyvät yleensä yllättävän tarkasti. (Sacks 2008, 67.) Elokuvatrailerin musiikin muistaminen, vaikka sisäisen musiikin kuulemisen ohella, on hyödyllistä katsojalle itselleen. Musiikkikappaleen tai osan siitä kuullessaan katsoja muistaa paremmin elokuvatrailerin tapahtumia. Jokin tietty repliikki saattaa myös jäädä katsojan mieleen, mutta se on kuitenkin kuultua informaatiota niin kuin musiikkikin. On myös mahdollista, että elokuvatrailerista mieleen jäänyt kappale ei jätä katsojaa rauhaan ja turhautumisen ansioista hän menee katsomaan elokuvan.

6.2.3 Musiikkitodellisuus

Musiikkitodellisuudeksi kutsutaan tilaa, jossa jossain määrin unohdetaan arkitodellisuus ja siirrytään musiikin todellisuuteen. Musiikin kuuleminen ja kuuntele-

minen ovat eri asioita. Kuunteleminen vaatii keskittymistä. Keskittyminen johtaa eläytymiseen, joka johtaa musiikin kokonaisvaltaiseen kokemiseen. Musiikki on aina paikkaan sidonnainen. Oopperamusiiikki ei toimi aerobictunnilla, vaan sen oikeassa ja tarkoituksen mukaisessa paikassa, näyttämöllä. Tietenkin oopperaa voi kuunnella vaikka kotisohvalla, mutta yleensä silloinkin mielikuvat matkaavat alkuperäiselle esityspaikalle. Musiikki kuuluu aina omaan todellisuuteensa ja siksi sen irrottaminen väärään todellisuuteen halventaa sitä. (Kurkela 1993, 49.)

Musiikillinen todellisuus on kuitenkin hyvin joustava, joten siihen voi yrittää sisällyttää erilaisia merkityksiä. Mielikuvitus hyödyntää tehokkaasti musiikin mahdollisuuksia. Musiikki on täynnä symboleja ja siksi sen merkitys muotoutuu moneksi kuulijan tarpeen tai ajatusmaailman mukaan. (Kurkela 1993, 50.)

Musiikki ilmentää aspekteja, ilmiöitä, jotka elävät musiikkitodellisuudessa. musiikin ilmentämät aspektit koetaan ja eletään henkilökohtaisesti. Arkitodellisuudessa musiikki on vain sommiteltua ääntä, mutta vaikka musiikkitodellisuus ilmentää lumouksenomaista kokemusmaailmaa, on se samalla elämistä todellisessa tapahtumassa. Musiikkitodellisuus toimii vain silloin, kun siihen eläydytään ja annetaan mielikuvituksen toimia. Musiikkikokemukseen ei tarvitse liittyä assosiaatioita tai sanallisia luonnehdintoja, mutta se voi siitä huolimatta vedota tunne-elämään. Vasta kun musiikin kokija jakaa kokemuksensa toiselle, tapahtuu verbalisoituminen ja käsitteellistäminen. Tällaisessa tilanteessa musiikin kokija ymmärtää itsekin enemmän musiikin tuottamista assosiaatioista ja mielenilmauksista. (Kurkela 1993, 51–52.)

Ihminen elää visuaalisessa ja auditiivisessa ympäristössä. Auditiivisen ympäristön ymmärtäminen ja mielekäs käyttö haastaa ihmistä ottamaan selvää äänien lähteistä. Kuuloaistin avulla maailman jäsentäminen ei ole yksinkertaista, se täytyy oppia. Ihmisen täytyy ymmärtää kuulemansa, ja ymmärtämiseen tarvitaan taito käsitellä ja käsittää kuulemaansa. Äänien merkityksiä täytyy opetella tulkitsemaan, että pystyy ymmärtämään, mistä ne kertovat. Tähän tarvitaan muilla tavoilla havaittavia ilmiöitä. Kokemusten kautta, jotka ovat syntyneet kaikkien aistien avulla, on opittu ymmärtämään erilaisten äänien merkityksiä. (Kurkela 1993, 409–410.)

Auditiivisen todellisuuden ymmärtäminen kertoo tarpeesta ja halusta ymmärtää myös muita todellisuuksia. Musiikki kuuluu auditiiviseen todellisuuteen, siksi myös musiikillisille äänille etsitään merkityksiä. Musiikin ymmärtäminen voi joskus olla vaikeaa, sillä musiikki voi olla nopeatempoista, se voi ilmentää yhtäaikaisia tilanteita ja sen rakenne on monimutkaista verrattuna muihin todellisuuksiin. Tästä syystä todellisuuden hahmottaminen musiikin avulla voi olla hankalaa, mutta kun oppii ja tutustuu siihen ja sen toimintatapoihin, se tuottaa kuulijalleen mielihyvää ja onnistumisen tunteita. Musiikin tulkitsemisen onnistuminen taas tuottaa tyydytystä kuulijalle. (Kurkela 1993, 410–411.) Elokuva on audiovisuaalinen kokonaisuus, joten musiikkitodellisuuden täydellinen tai puhdas kokeminen ei ole mahdollista. Kuten on todettu, katsoja ei välttämättä kuuntele musiikkia aktiivisesti eikä näin ollen keskity siihen kokonaan. Kuvat vievät suuremman osan katsojan tietoisesta huomiosta. Musiikkitodellisuuden voi kuitenkin sanoa olevan osa elokuvan kokonaisuutta. Elokuvassa yhdistyy useita eri todellisuuksia, jotka kaikki vaikuttavat katselukokonaisuuteen. Elokuva on oma todellisuutensa, jossa kuva ja ääni sekoittuvat. Musiikkitodellisuus on musiikin ja mielikuvituksen luoma todellisuus. Tavallaan nämä kaksi todellisuutta muodostavat yhdessä kolmannen todellisuuden, jota voisi kutsua elokuvan kokonaisvaltaiseksi nautinnoksi. Molemmat todellisuudet ovat yhtä tärkeitä toisilleen ja sen myötä elokuvakokemukselle, sillä ilman toista kokemus jäisi puutteelliseksi.

Elokuvatraileri antaa katsojalle mahdollisuuden kurkistaa ennalta tähän kolmannen todellisuuteen ja antaa samalla katsojalle mahdollisuuden päättää onko kokemus vaivan arvoinen. Eläytyminen on tietenkin tärkeässä roolissa elokuvatrailerin esittämässä todellisuudessa. Siinä esiintyvä todellisuus on katsojalle näyte, jonka elokuva voi tarjota.

7 ENNEN ELOKUVAA

7.1 Kolme näkyvää ensimainosta

Elokuvan mainostamisessa kolme tehokasta ja toisiaan täydentävää keinoa saada katsojan huomio ovat traileri, teaser ja juliste. Seuraavassa on esitelty, mitä ne ovat ja mikä on niiden tehtävä.

Traileri on uudelleen rakennettu kokonaisuus elokuvan kohtauksista ja kuvista. Elokuvatrailereissa kerronnallinen yhtenäisyys ei ole tärkeintä. Oleellisempaa on valikoida ja yhdistellä trailerin kuvat niin, että ne mahdollisimman tehokkaasti houkuttelevat katsojaa. Trailerin täytyy olla yhdistettävissä mainostettavaan elokuvaan, joten kerronnallisuutta ei voi muuttaa liian erilaiseksi verrattuna elokuvaan. Yhteinen kerronnallinen piirre elokuvan ja trailerin välillä täytyy säilyttää. (Kernan 2004, 7.)

Trailerille rakentuu oma kerronta elokuvasta otetuista kuvista. Kaikki kuvat on tarkkaan harkittava ja suunniteltava, sillä ne ovat osa vielä julkaisematonta elokuvaa ja jokaisella kuvalla on tärkeä merkitys katsojan houkuttelemisessa. Yksi kuva voi sisältää useita kerronnan tasoja ja elementtejä, kuten henkilöiden välisiä suhteita ja juonen kehitystä sekä jännityksen elementtejä. Trailerissa ei välttämättä näe samoja kuvia kuin itse elokuvassa, sillä elokuvasta poisleikatut kuvat saattavat toimia trailerissa, mutta eivät itse elokuvassa. (Kernan 2004, 10–11.)

Traileri on ikään kuin elokuvan eteisaula. Elokuvan tunnelma esittäytyy jo trailerissa ja se on osaltaan informatiivinen elokuvan suhteen. Traileri muokkaa katsojan katsomaan elokuvaa tietyllä tavalla niin, että hän pystyy tunnistamaan elokuvan trailerin pohjalta. Elokuvan täytyy kyetä lunastamaan se mitä traileri lupaa. (Mercer 2010.)

Teaser tarkoittaa lyhyttä trailerin kaltaista esittelyä tulossa olevasta elokuvasta (Kotiranta 2007, 4). Se on kestoaltaan 10 sekunnista minuuttiin ja sen tarkoitus on ilmoittaa, että on tulossa elokuva jota kannattaa odottaa. Teaserissä ei välttä-

mättä esitellä elokuvan juonta tai henkilöitä. Se esittelee lähinnä tulevan elokuvan genren ja kertoo elokuvan tapahtumista hyvin vähän, jos ollenkaan (Mercer 2010.) Teaserin kuvamateriaali voi poiketa elokuvan kuvamateriaalista. On mahdollista, että teaseriin kuvataan erikseen kuvamateriaali vain sitä varten. Teaser esitetään yleensä kauan ennen kuin elokuva tulee teattereiden ohjelmistoon. Se esitetään myös ennen varsinaisen trailerin julkaisua. On myös mahdollista, että teaser ja traileri mainostavat elokuvaa rinnakkain. (Kotiranta 2007, 4.)

Elokuvan juliste mainostaa elokuvaa siinä missä traileri ja teaser. Julisteen sisältöön yleensä kuuluu elokuvan päänäyttelijä liitettynä johonkin elokuvan kohtauksen maisemaan tai tapahtumaan. Elokuvan nimi on olennainen osa julistetta ja yleensä tekijätiedot on mainittu julisteen alalaidassa. Julisteessa on usein myös jokin elokuvaan liittyvä tagline eli mainoslause, jonka tarkoitus on tiivistää elokuvan sisältö tai peruskysymys. Taglinen tarkoitus on varmistaa katsoja muistamaan elokuva paremmin. Julisteen tärkein tehtävä on herättää katsojan huomio huolimatta siitä, vastaako se elokuvan henkeä totuudenmukaisesti vai ei. (Kovanen 2010, 11–12.)

7.2 Ympäröivää mainontaa

Elokuvaa mainostetaan laajasti. Huomiota herättävää katumainontaa on vaikeaa olla näkemättä liikkeessaan kaupunkien keskustoissa. Linja-autopysäkkien suojakoppien seinät on verhottu usein jonkin tulevan elokuvan mainosjulisteella. Elokuvateatterien näyttävät mainostaulut mainostavat tulevaa ja jo esitettävää ohjelmistoa. Internetissä elokuvateattereiden kotisivuilla on mahdollista liittyä postituslistalle, jolloin tiedon tulevista elokuvista saa vaivattomasti omaan sähköpostiosoitteeseensa. Lisäksi elokuvateattereiden sivustoilla on linkit elokuvien kotisivuille, joista löytyy lisää tietoa elokuvasta sekä myös traileri. Monilla radio-kanavilla on ohjelmistossaan viihdeutisten tyyppinen ohjelma tai aivan erikseen elokuvaan ja televisiosarjoihin perehtynyt ohjelma, jossa tulevia elokuvia mainostetaan. Nykyään internet toimii jokaisen median mainosväylänä ja radio-ohjelmissa yleensä mainitaan, missä osoitteessa kyseistä elokuvaa voi tarkastella lähemmin. (Ks. Berger 1991, 129–131.)

Elokuvateattereissa näytetään tulevien tai jo ohjelmistossa olevien elokuvien trailereita ennen varsinaista esitystä. Usein kaverin mainitsema tai suosittelema elokuvatrailer voi herättää mielenkiinnon jostain elokuvaa kohtaan. Televisio on tehokas media elokuvan mainostamisessa, ja usein trailerit esitetään parhaaseen katseluaikaan esitettävien ohjelmien mainoskatkoilla. (Berger 1991, 129–131.)

Katsojan suostuttelemiseksi on kehitetty rakenne, jonka avulla pyritään tehostamaan viestin perille menoa. Rakenteen osia ovat esittämistapa, toisto ja ajoitus. Mainostettavan tuotteen nimen ulkoasun ja sisällön on pysyttävä tunnistettavana kaikissa toistoissa. Se, että mainostettava tuote pidetään esillä ja nähtävänä, vaikuttaa kuluttajien luottamukseen mainoksen tärkeydestä. Musiikin käyttäminen mainoksissa on tehokasta, sillä se varmistaa tuotteen muistissa pysymistä. (Mustonen 2000, 51–52.) Kyseessä on siis sisäisen musiikin hyödyntäminen, joka markkinoijan näkökulmasta osoittaa musiikin hyödyllisyyden entistä tehokkaammaksi. Katsojaa musiikki auttaa palauttamaan muistiin esimerkiksi jonkin elokuvan trailerin sekä muistamaan trailerin tapahtumia kokonaisvaltaisemmin.

On huomioitava, että katsojat eivät ole virran vietävänä kulkevia passiivisia olentoja. Nykyään mediavaltaisessa yhteiskunnassa katsoja on aktiivinen yksilö. Viihtymis- ja rentoutumistarkoituksessa viihteeseen suhtautuva yksilö ei ole niin kriittinen näkemäänsä kohtaan kuin katsoja, joka pyrkii oppimaan ja kehittämään itseään. Kriittisyys saattaa horjua sosiaalisessa tilanteessa, esimerkiksi kaveriporukassa, jolloin yksilö voi muokkautua enemmistön päätökseen. (Mustonen 2000, 59.)

Katsoja tietää kokemuksestaan, millaisia elämyksiä mikäkin mediateos sisältää. Esimerkiksi 3D-elokuvat poikkeavat tavallisesta elokuvasta visuaalisena kokemuksena. Tavallisen ja 3D-elokuvan erot on sisäistetty ja kokemuksensa perusteella katsoja valitsee kokonaisuuden, jota sillä hetkellä tuntee tarvitsevänsä. Myös eri genresisällöt ovat selkeitä ja katsoja osaa erottaa ne toisistaan. Päätökset voivat olla myös passiivisia. Katsojat valitsevat kohteensa, koska muuta tekemistä ei silloin ole saatavilla tai vain mukavuudenhaluisuuttaan. Nykyisessä

valikoimassa on tosin niin paljon vaihtoehtoja, ettei katsoja joudu valitsemaan, mitä sattuu olemaan saatavilla. Suuren tarjonnan vuoksi valinta tehdään huolellisemmin. Valintaan vaikuttaa myös käyttötarkoitus: etsiikö katsoja ajankulua, seuraa vai levähdystaukoa arjesta. (Mustonen 2000, 75–76.)

Väreillä on vaikutusta tunteisiin vetoavassa mainoksessa. Usein katsoja ei edes huomioi värien vaikutusta erityisen tarkasti. Väreillä tuotetaan mielleyhtymiä ja herätetään emotionaalisia tuntemuksia. Värien vahvuus tai laimeus viestii tilanteen intensiteetistä. Värien symboliikka on erilainen eri kulttuureissa. Miehille ja naisille värit merkitsevät eri asioita ja lisäksi ikä ja uskonto muokkaavat värien vaikutusta. Mediateokset pystyvät tarjoamaan yhteisiä merkityksiä, vaikka ihmiset kokevatkin asiat erilailla. (Mustonen 2000, 99.) Värit ovat nykyään niin itsestään selvä asia elokuvassa ja elokuvatrailerissa, että enemmänkin niiden puuttuminen herättää huomion herkemmin. Mustavalkoinen elokuvatrailer voi nuoriin katsojiin vaikuttaa epäedullisesti, sillä se symbolisoi mennyttä aikaa ja vanhoja elokuvia. Vanhempaan katsojakuntaan mustavalkoinen elokuvatrailer saattaisi vaikuttaa myönteisesti, koska se viittaisi heidän nuoruuteensa, jolloin mustavalkoinen elokuva oli yleinen. Nostalgisuus toimisi tällöin tehokkaana myyntivalttina. Elokuvatrailereiden värit kertovat myös elokuvan tunnelmasta siinä missä musiikkikin. Kylmät, sinertävät värit kertovat katsojalle synkästä ja salaperäisestä tarinasta, kun taas kirkkaat ja selkeät värit kertovat pirteästä tarinasta. Värien symbolisuus ei tietenkään kaikissa elokuvatrailereissa ole näin yksinkertainen, vaan värit vaikuttavat kokonaisuuteen musiikin ja muiden elementtien tukena.

Teos, joka vetoaa yleisinhimillisiin tunteisiin, voi nousta menestykseksi yleisön keskuudessa. Menestyksekkäimmät mediateokset perustuvat johonkin merkittävään perustunteeseen ja vetoavat psykologisiin tarpeisiin. Ihmisen perustarve tunteiden kokemiseen edistää median tarvetta. Ihmisestä riippuen toisilla tämä tarve on suurempi kuin toisilla. Myös eri tyyppisten mediasisältöjen kokemisen tarve vaihtelee eri ihmisillä. (Mustonen 2000, 99–100.)

7.3 Mainosalustat

Katsomiskokemukseen vaikuttaa moni asia, eikä ole samantekevää, miltä alustalta elokuvatrailerin näkee. Nykyään elokuvatrailereita voi katsoa useasta eri mediasta. Perinteisten valkokankaan ja television lisäksi niitä voi katsoa internetistä ja mobiilipalveluista. Seuraavassa pohditaan, miten eri mediat vaikuttavat katselukokemukseen.

Elokuvat on tarkoitettu katsottavaksi elokuvateatterissa ja siksi niiden katsominen televisiosta ei tee niille oikeutta. Ilmaisltaan televisio ja elokuva ovat samankaltaisia, mutta elokuvakokemus elokuvateatterissa on kokonaisvaltaisempi ja tarkoituksenmukaisempi kuin televisiosta katsottaessa. Eroihin vaikuttavat olosuhteet. Elokuvateatterissa valkokankaalta välittyvät ärsykkeet ovat ensisijaisia huomion valtaajia. Teatterisalista sammutetut valot auttavat katsojaa unohtamaan kaiken muun epäolennaisen ja keskittymään elokuvan tarjoamaan nautintoon. Elokuvateatterin intensiivisyys vaikuttaa samastumisen muodostumisessa televisiota vakuuttavammin. Lähikuvat, jotka ovat tehokkaita tunteisiin vedotessa ja samastumisen luomisessa, ovat valkokankaalta katsottuna valtaavan suuria. Henkilöiden kasvojen piirteet, ilmeet ja eleet tulevat aivan katsojan lähelle ja kasvattavat samastumisen vaikutusta. (Hietala 1993, 13–14.)

Televisiossa nähdyt lähikuvat taas menettävät tenhoaan valkokankaaseen verrattuna huomattavasti, sillä vaikka lähikuva esimerkiksi kasvoista täyttääkin koko televisioruudun, se on silti vain hieman ihmisen realistisia kasvoja suurempi. Lisäksi televisio on katsojalle arkipäiväinen asia ja sen olemassaoloon ei aina suhtauduta täydellä intensiteetillä, vaan se voi toimia ikään kuin taustalla seuralaisena. Televisio kilpailee lukuisten muiden ärsykkeiden kanssa päivittäin. Vaikka televisiota keskittyisikin katsomaan, on ympärillä usein häiriötekijöitä, Esimerkiksi ruoka uunissa, puhelimen tai ovikellon soiminen valtaavat huomion pois televisiolta. (Hietala 1993, 13–14.)

Valkokankaan ja television välinen kokoero on suuri vaikuttaja katselukokemuksen nautittavuudessa. Elokuvat ovat tarkoitettu nähtäväksi suurelta kankaalta ja siksi niiden suuri koko on hankalaa sijoittaa televisioon täydellisesti. Seurauk-

sena tästä on, että televisiosta katsottuun elokuvaan jää usein ruudun ylä- ja alalaitaan korkeat mustat palkit. (Hietala 1993, 163–164.)

Teknologian kehittyessä sähköiset mainosalustat monipuolistuvat koko ajan ja tehokkaan mainonnan edistämiseksi myös elokuvatrailereita on mahdollista katsoa oman puhelimen kautta. Matkapuhelimella käytettävien palveluiden tuottamisessa täytyy ottaa huomioon näyttöjen pieni resoluutio ja värien puutteellisuus (Hämeen-Anttila 2002, 165). Elokuvatrailerin sanoman täytyy siis tukeutua tehokkaammin tarinan sisältöön kuin näytettäviin tehosteisiin. Mobiilipalveluja tarjottaessa on muistettava, että niitä voi tarkastella missä tahansa. Ärsyketaso voi siis olla hyvinkin korkea esimerkiksi linja-autossa tai junassa. Viestin sisällön merkitys ja nopeus kasvavat ärsykkeiden vaikutusten myötä. Viestin täytyy tulla selkeästi esille nopeassa ajassa.

Internetissä mainostamiseen vaikuttavat myös resoluutio sekä värien vaihtelevuus. Myös äänentoisto voi olla heikko. Internetin videopalveluiden vahvuudeksi voidaan lukea esimerkiksi elokuvatrailereiden suhteellisen helpon löytämisen lisäksi usean toiston mahdollisuus. Jos katsoja piti näkemästään, hän voi katsoa trailerin uudelleen. Lisäksi esimerkiksi Youtube-videopalvelussa linkkejä toisiin elokuvatrailereihin on helposti saatavilla.

Elokuvatrailereihin pätevät samat vaikutukset ja tuntemukset kuin elokuvan katsomiskokemukseen. Lähikuvat ovat trailerissakin tärkeitä tunnelma luoja ja niiden näkeminen esimerkiksi valkokankaalta on vaikuttavampaa kuin televisiosta, internetistä tai mobiilipalveluista. Monesti myös äänentoisto on sykehdyttävämpää elokuvateatterissa kuin muilta katselualustoilta. Nykyiset kotiteatterit ovat äänentoistoltaan vakuuttavia, mutta täysin samanlaista kuuntelunautintoa kuin elokuvateatterissa ne eivät voi välittää.

8 MIELIHYVÄN TASOT

8.1 Emotionaalinen taso

Emotionaalinen taso saavutetaan jännityksen ja vapautuksen vaihteluilla. Katsojan täytyy tuntea jännitystä tarinan henkilöiden tai jonkun henkilön puolesta. Hänen täytyy siis pystyä samastumaan henkilöön, jotta jännityksen tunne voi kasvaa tarpeeksi suureksi. Katsojan samastumista henkilöön helpottaa, jos henkilö on kokenut jonkin epäoikeudenmukaisen asian. Säälin ja sympatian kasvattaminen henkilöä kohtaan tehostaa samastumisen saavuttamista. Epäoikeudenmukaisen tapahtuman aiheuttaa yleensä hamartia eli henkilön itsensä tekemä kohtalokas erehdys. Jännityksen täytyy kuitenkin vapautua ja kasvaa yhä uudestaan, jotta katsoja kokee mielihyvää ja mielenkiintoa tarinaa kohtaan. (Hiltunen 1999, 202–205.)

8.2 Älyllinen taso

Katsoja tarvitsee mielihyvän täyttymiseen myös älylliseen tasoon liittyviä onnistumisen saavutuksia. Tarinaan täytyy upottaa vihjeitä, joiden avulla katsoja voi ratkaista arvoitusta. Huomatessaan tajunneensa jotain oleellista tarinan tapahtumista tai seurauksista katsoja tuntee mielihyvää älyllisen tunnistamisen vaikutuksesta. Vihjeet eivät kuitenkaan saa olla liian ilmiselviä, sillä katsoja voi loukkaantua, jos tuntee tulleen kohdelluksi väheksyttynä. Mielenkiintoinen tarina vaatii loogisuutta ja realistisuutta. Katsoja tarvitsee selityksen, miksi jotain tapahtuu, ja selityksen täytyy olla vakuuttava ja luonnollinen. Liiallinen ennalta-arvattavuus tekee tarinasta tylsän. Sopivissa kohdissa tapahtuva yllättävä asia lisää katsojan mielenkiintoa. (Hiltunen 1999, 202–205.)

8.3 Symbolinen taso

Katsojan täytyy tunnistaa tarinasta jotain, minkä hän voi yhdistää omaan elämäänsä. Tätä kutsutaan symboliseksi tasoksi ja se myös varmistaa eläytymistä.

Katsojan täytyy tunnistaa tarina psykologiseksi vertauskuvaksi omasta arjestaan. Katsoja pitää usein omaa arkeaan turhauttavana. Katsoessaan jotain, mikä lievittää turhautumista, katsoja ei koe aikaansa haaskattavan. (Hiltunen 1999, 202–205.)

8.4 Kaikkitietävyys

Katsojan kaikkitietävyys on olennainen osa jännityksen rakentumisessa. Kaikkien elokuvan paljastusten ei tarvitse tulla yllätyksen kautta. On tehokasta kasvat-
taa katsojan jännitystä kaikkitietävyyden avulla. Jos katsojalle näytetään jokin henkilöä uhkaava vaara, hän ryhtyy jännittämään, kuinka tämän käy. Kohtauksen sisällä tapahtuvien käänteiden avulla henkilöä uhkaavan vaaran täyttymistä voidaan pitkittää. Katsojan jännitys kasvaa sitä mukaa, mitä lähemmäksi onnettomuutta henkilö on ajautumassa. Mahdollisen auttajan tai pelastajan näyttäminen vaikuttaa katsojan jännitykseen kiihdyttävästi ja pitää yllä toivoa, joka on olennainen osa jännityksen syntymistä. Tärkeää on tehdä vaarassa olevasta henkilöstä katsojan säälin ja sympatian saavuttava kohde. Julmia tai vilpillisiä henkilöitä uhkaava vaara ei herätä katsojassa myötätuntoa, eikä se siksi ole tehokas jännityksen luomisessa. Mitä tärkeämpi henkilö on katsojalle, sitä suurempi on jännityksen taso. (Hiltunen 1999, 91–94.)

8.5 Samastuminen

Sääli ja pelko elokuvan henkilöitä kohtaan kasvattaa katsojan jännitystä. Tarpeeksi suuren säälin ja pelon aikaansaamiseksi henkilöä kohtaan tarvitaan moraalisesti hyväksyttäviä sympatiaa herättäviä piirteitä. Säälin ja jännityksen vaikutuksena on, että katsoja samastuu henkilöön. Henkilön tulee myös kohdata epäoikeudenmukainen tapahtuma. Katsojan on helppo rakastaa ja eläytyä henkilöön, jota on epäoikeutetusti kohdeltu väärin. Tämän jälkeen katsoja alkaa pelätä henkilön puolesta. Tässä tilanteessa katsoja on samastunut elokuvan henkilöön tai henkilöihin ja kaikki, mikä tapahtuu henkilölle, koskettaa myös katsojaa. (Hiltunen 1999, 42–44.)

8.6 Eläytyminen

Merkityksellistä tarinassa on tavoite, johon jokainen kohtaus ja osa liittyvät. Elokuvan keskeinen jännitysmomentti korostaa kohtauksen tai kuvan jännitystä. Eläytyminen on samastumisen ja jännityksen tulos. Tarinan päähenkilöllä on usein moraalisesti hyväksyttävä tavoite, jonka tielle keräytyy lukuisia vaikeita esteitä. Päähenkilön pyrkimykset selviytyä vastoinkäymisistä pitävät katsojan jännityksen pinnassa. Tämä antaa katsojalle mahdollisuuden ennakoida tapahtumia ja voimistaa jännityksen pysymistä. Mitä hankalammaksi päähenkilön taival tehdään ja mitä epätoivoisemmaksi hänet kuvataan, sitä tehokkaampaa on samastuminen. Näin saadaan katsoja tuntemaan samoja tunteita kuin päähenkilö. Katsojan kaikkítietävyys lisää eläytymisen tunnetta ja korostaa jännitystä. Samastuminen aiheuttaa voimakasta eläytymistä. Katsoja täytyy saada päähenkilön puolelle painottamalla tämän epäoikeudenmukaista kohtelua, hyveellisyttä ja uhrautuvaisuutta. Parhaimmillaan eläytyminen johtaa siihen, että katsoja tuntee itse tuntemukset, jotka fiktiivisen henkilön tulisi tuntea. Tähän vaikuttaa myös vahvasti katsojan kaikkítietävyys tapahtumista. (Hiltunen 1999, 99–101.)

8.7 Mielihyvä musiikista

Musiikki aiheuttaa mielihyvän tuntemuksia, joiden aikana aivoissa tapahtuu kemiallisia ärsykeitä. Elimistön omat niin kutsutut huumausaineet, endorfiinit, toimivat tällaisen ärsykkeen aikana. Endorfiineilla on todettu olevan varsin voimakkaita hyvän olon tunteita aiheuttavia vaikutuksia. (Lehtonen 1986, 66–68.) On todettu, että musiikki vaikuttaa vegetatiivisen, autonomisen hermoston toimintaan. Verenpaineessa, pulssissa ja hengityksessä on havaittu muutoksia. Musiikki vaikuttaa ihmiseen, vaikka sitä ei tietoisesti kuuntelisikaan. (Lehtonen 1986, 54.) Musiikillisesti vaikuttavan elokuvatrailerin katsomisen jälkeen, katsoja voi tuntea pulssin kohonneen huomaamatta. Mahdollisesti vasta silloin hän tajuaa, kuinka merkittävän kokemuksen traileri on antanut. Muisto trailerin musiikin vaikuttavuudesta houkuttelee katsojaa näkemään lisää.

Musiikkiterapiassa on huomattu, että surumielinen tai melankolinen musiikki voi helpottaa masentuneen henkilön oloa (Lehikoinen 1973, 75). Elokuvasa on hyödynnetty tätä seikkaa siten, että kurjuutta tai surua kuvaavassa tilanteessa musiikki jätetään pois, ettei katsoja saa ahdistuksesta vapauttavaa kokemusta musiikin avulla. Näin kuvan sanoma pysyy tehokkaampana. (Juva 1995, 204.) Elokvatrailerissa musiikin osuus tunteiden vapautuksesta on suuri. Trailerin lyhyen keston vuoksi musiikin suora ja selkeä vaikutus on tehokkaampi viestin perille viejä kuin pelkkä kuva. Itse asiassa trailerille ei ole eduksi, että katsoja saa tunteilleen vapautuksen. Tarkoituksena on jättää katsoja vaille vapautusta, jonka vain elokuva voi tehdä. Musiikin eheyttävä, viihdyttävä sekä kathartinen vaikutus (Ihalainen 1989, 131) elokuvan loppukohtauksessa käytettynä voimistaa katsojan kokemaa tunne-elämystä, mutta kuten sanottu, vapautus kuuluu elokuvalle.

Ymmärtämällä musiikkia myös auditiivisen todellisuuden hallitsevuus kehittyy. Ymmärtämällä jotakin tiettyä musiikkityyliä tai musiikillisia seikkoja on mahdollista päästä niin sanottuun sisäpiiriin, jossa on samalla tavalla ajattelevia yksilöitä. Tällaiseen joukkoon pääseminen hankkimalla tietoa tai taitoa itselleen merkitsee kuulumista johonkin. Tyydytyksen saaminen ”kuulumalla joukkoon” on hyvin vahva ja merkittävä kokemus. Ymmärtämättömyys tai tietämättömyys esimerkiksi populaarimusiikista voi johtaa narsistis-oidipaaliseen alemmuuden tunteeseen. Samastuminen johonkin tiettyyn musiikilliseen ryhmään voi aiheuttaa hyväksyntää omaa itseään kohtaan. Samastuminen johonkin tiettyyn musiikilliseen asiaan vaatii tietyntäsoista syventymistä ja intohimoa musiikkiin. Tavallista on, että samastutaan yhteen musiikilliseen osioon (osakulttuuriin), mutta samastuminen useisiin osioihin samanaikaisesti ei ole mahdotonta. Musiikilliseen samastumiseen vaikuttaa se, minkälainen omakuva henkilöllä on. Samastuminen useisiin musiikkiosakulttuureihin samanaikaisesti vaatii monenlaisien omakuvien omaksumista. (Kurkela 1993, 413.) Katsojat siis toivovat, että elokuva sisältää itselle tärkeää ja helposti samastuttavaa musiikkia. Elokuva, jonka musiikkia katsoja ei ymmärrä, ei tuota tälle tyydytystä. Elokuva, joka taas tukee katsojan ymmärtämää musiikkia, tehostaa ”joukkoon kuulumista”. Katsojalle voi olla tärkeää nähdä musiikkityylilleen uskollinen elokuva. Se myös samalla vahvistaa katsojan musiikillista identiteettiä.

Musiikin aiheuttama mielihyvä on mielihyvän tasoista vaikeimmin hallittavissa. Pelottavan tai epärealistisen kuvan selittäminen itselleen on helpompaa kuin musiikin kautta vaikuttava tunne. Ei tarvita kirjoakaan katselukokemusta elokuvista, kun osaa jo aavistaa, miten tulee käymään. Tarkkaavaisimmat katsojat tunnistavat pienet vihjeet tapahtumista helposti ja sen myötä pystyvät arvaamaan, mitä seuraavaksi tulee tapahtumaan. Katsoja ikään kuin selittää elokuvan tapahtumia itselleen järjestelmällisesti. Musiikin huomaamaton olemus ei anna niin paljon aikaa järjestelmälliselle selittämiselle. Musiikki voi yllättää katsojan, vaikka sitä tietäisi odottaakin. Yllätyksellisyys on musiikin vahvoja puolia tuoda tarinaan oman tasonsa. Musiikin tunteisiin vaikuttava ominaisuus voi suorastaan pakottaa katsojan eläytymään elokuvan tapahtumiin.

Elokuvatrailerissa käytetty musiikki on tehokasta, koska sillä on aikaa vähän. Toki se vaatii siltä tarkkaan harkittua ja kookuttavaa ajoitusta ja ominaisuuksia. Elokuvatrailerin musiikin on sisällytettävä koko elokuvan tunnelma. Se on haastavaa, mutta onnistuessaan palkitsevaa. Musiikin aiheuttama mielihyvä vahvistaa tapahtumista aiheutuvaa mielihyvää. Tarinan emotionaalinen, älyllinen ja symbolinen taso sekä samastuminen, eläytyminen ja kaikkietävyys tarvitsevat rinnalleen musiikin, jotta katsojan mielihyvän tunne täyttyisi kokonaan.

9 TUTKIMUKSEN SISÄLTÖ

9.1 Kvalitatiivisyys

Kvalitatiivisia ja kvantitatiivisia analyyseja ei kannata pitää toisiaan poissulkevinä tai vastakkaisina tutkimusmenetelminä. Päämäärä näillä tutkimuksilla on kuitenkin sama eli saada todellisuus vastaamaan niihin kysymyksiin, jotka tutkija on esittänyt. (Alasuutari 1995, 24.) Kvalitatiiviset menetelmät tarkastelevat aineistoa kokonaisuutena pyrkien selkeyttämään tutkittavan asian kokonaisuuden rakennetta. Tärkeää on, että löydetty seikat jostain tutkimuskohteesta eivät ole ristiriidassa siitä esitetyn tulokinnan kanssa. (Alasuutari 1995, 27–28.)

Kvalitatiivisille menetelmille on tyypillistä kokonaisvaltainen tiedonhankinta. Usein aineisto hankitaan luonnollisissa ja todellisissa tilanteissa. Tutkija käyttää tiedonhankintaan yleensä omia havaintojaan. Keskustelu kasvokkain tutkittavasta aiheesta on miellyttävämpi kuin esimerkiksi lomakkeelle kirjoitettu vastaus. Lähtökohtaisesti tutkija ei pyri teorian tai hypoteesien testaamiseen, vaan tärkeämpää on aineiston monipuolinen tarkastelu. Tutkija ei voi päättää, mikä on tärkeää ja mikä ei. Kvalitatiivisia metodeja käytettäessä haastateltavien tai tutkittavien joukko valitaan tarkkaan harkiten, ei satunnaisesti. Tutkimussuunnitelmaa ei voi tarkasti määrittää heti tutkimuksen alussa, vaan se muotoutuu tutkimuksen aikana ja sitä joudutaan muokkaamaan olosuhteiden mukaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 160.)

9.2 Aineiston analysointi

Kvalitatiiviset analyysit pyrkivät tuottamaan havaintoja tutkittavasta ilmiöstä. Pystyäkseen käsittelemään havaintoja järkevästi tutkijan täytyy pelkistää niitä. Havaintojen pelkistämisen voi jakaa kahteen vaiheeseen. Ensimmäisessä vaiheessa aineistoa tarkastellaan tietystä teoreettis-metodologisesta näkökulmasta. Huomio kiinnitetään vain siihen, mikä on olennaista teoreettisen kontekstin kannalta. Havaintojen pelkistämisen tarkoituksena on saada aineisto helpommin käsiteltäviksi, niin sanottujen raakahavaintojen joukoksi. Toisessa vaiheessa on tarkoituksena edelleen saada aineisto helpommin käsiteltäväksi kokonaisuudeksi yhdistämällä saatuja raakahavaintoja. Yhdistäminen tapahtuu etsimällä raakahavainnoista jokin yhteinen nimittäjä. Tavoitteena on muodostaa sääntö, joka poikkeuksetta pätee koko aineistoon. Havaintojen yhdistämisellä oletetaan löytyvän näytteitä jostakin yhdistävästä tai aina samalla tavalla toistuvasta ilmiöstä. (Alasuutari 1995, 30–31.)

Kvalitatiivisissa analyyseissä tarkoituksena ei ole löytää keskimääräisiä pätevyksiä toisin kuin kvantitatiivisissa analyyseissä. Havaintojen, jotka muodostuvat raakahavainnoiksi, täytyy tukea toisiaan. Jos näin ei tapahdu, on pohdittava asiaa uudelleen ja mahdollisesti muutettava kontekstia tai näkökulmaa. Kvalitatiivisissa analyyseissä tulosten tulkinta tarkoittaa sitä, että muodostetaan merki-

tyksen tulkintoja saatujen vihjeiden ja johtolankojen avulla. Tulkintojen tekemisessä käytetään viittauksia muuhun kirjallisuuteen ja tutkimuksiin. Aikaisemmin muodostettuja raakahavaintoja käytetään apuna tulkittaessa merkityksiä. Niistä etsitään vihjeitä, jotka johtavat arvoituksen ratkaisemiseen. (Alasuutari 1995, 33, 35, 37.)

Pelkkä tulosten analysoiminen ei tarkoita, että tutkimus olisi valmis. Tuloksia on hyvä vielä tulkita ja selittää. Tutkijan täytyy pohtia analyysin tuloksia ja tehdä niistä omia johtopäätöksiä. Tulkinalla tarkoitetaan analyysistä löytyvien merkityksien pohtimista ja selkeyttämistä. Tuloksia on pohdittava mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ja useimpien tulkintojen tekeminen on suotavaa. Tutkimuksen tuloksien saamiseksi ei riitä ainoastaan tuloksien analysointi. Tuloksista tulisi laatia synteesejä, jotka kokoavat yhteen tutkimuksen pääseikat ja vastaavat asetettuihin ongelmiin. Lisäksi on hyvä pohtia mitä laajimpia merkityksiä tuloksilla mahdollisesti on. (Hirsjärvi ym. 2007, 224–225.)

9.3 Haastattelu

Haastattelun tarkoitus on systemaattinen tiedonkeruu. Sen tavoitteena on saada mahdollisimman luotettavia tietoja tutkittavasta aiheesta. Haastattelu on tietynlaista keskustelua, mutta eroaa tavallisesta keskustelusta siten, että yleensä haastattelija ohjaa keskustelun kulkua haluamaansa suuntaan. Haastattelu-tyyppejä on useita esimerkiksi strukturoitu haastattelu, teemahaastattelu ja avoin haastattelu. Strukturoidussa eli lomakehaastattelussa kysymysten muoto ja järjestys on tarkoin määritelty. Teemahaastattelulle on tyypillistä, että aihepiirit ovat tiedossa, mutta kysymyksille ei ole asetettu varsinaista tarkkaa muotoa sekä niiden järjestys on suhteellisen vapaa. Avoimessa haastattelussa haastattelijalla saattaa olla tiedossa vain aihe, josta keskustellaan. Keskustelu on vapaata ja aihe voi muuttua välillä. Avoin haastattelumenetelmä on lähinnä tavallista keskustelua. (Hirsjärvi ym. 2007, 202–203.)

10 EETTISYYS

Tutkijan täytyy tutkimusta tehdessään pitää mielessään työn eettiset vaatimukset. Eettiset kysymykset tulevat tutkijalle vastaan jo aihetta valitessa. Aiheen valinnassa on huomioitava, millä ehdoilla aihe valitaan, ketä tutkimus koskettaa ja mitä se voi aiheuttaa tutkittaville. Ihmisiin kohdistuva tutkimus vaatii pohdintaa siitä, kuinka henkilöiden suostumus tutkimukseen saadaan. On myös huomioitava mahdolliset riskit, joita tutkimus voi henkilöille aiheuttaa, ja mietittävä, millaista tietoa henkilöille annetaan. Tutkijan on huolehdittava, että tutkittaville kerrottu tieto on rehellistä ja heidän on ymmärrettävä mihin ryhtyvät. Osallistumisen täytyy olla vapaaehtoista ja henkilöiltä on saatava lupa tutkimuksen toteuttamiseen. Jos tutkimuksessa tarvitaan alaikäisten osallistumista, on heidän huoltajiltaan saatava asiaan kuuluva suostumus. (Hirsjärvi, ym. 1997, 26–27.)

Tutkimuksessa on noudatettava ehdotonta rehellisyyttä. Jokaisella on omaan tekstiinsä copyright-oikeus ja lainattaessa toisen tekstiä, se on tehtävä asiaan kuuluvien lähdemerkinnöin sekä suorat lainaukset on merkittävä oikein. Toisten tekemiä tutkimuksia on kunnioitettava niin, että kritiikki, jota mahdollisesti annetaan, on asiallista eikä vähättelevää. Jos tutkimuksella on useita tekijöitä, jokainen tutkija on mainittava. Tutkimuksen raportointi ei saa johtaa lukijaa harhaan eikä olla puutteellista. Menetelmät on esitettävä asiallisesti eikä tutkimuksen puutteitakaan saa vähätellä tai jättää huomiotta. (Hirsjärvi, ym. 1997, 27–28.)

Tässä opinnäytetyössä eettisyys on huomioitu haastatteluiden tekemisessä siten, että jokainen haastateltava on allekirjoittanut vapaaehtoisesti haastatteluluvan. Alaikäisen haastatteluluvan on allekirjoittanut haastateltavan huoltaja. Haastattelulupakaavakkeet löytyvät liitteistä 2 ja 3. Haastattelut ovat perustuneet täydelliseen vapaaehtoisuuteen. Haastatteluluvan allekirjoittamisen jälkeen haastateltavilla on ollut mahdollisuus halutessaan kieltäytyä haastattelusta. Haastattelun aihe sekä tallennus selvitettiin haastateltaville ennakoon.

11 TUTKIMUS

11.1 Haastattelujen rakenne

Kvalitatiivisen analyysin tarkoituksena tässä opinnäytetyössä on ryhmähaastattelujen ja yksilöhaastattelujen avulla selvittää katsojien kokemuksia elokuvatrailereiden vaikutuksista, erityisesti musiikin vaikutuksesta elokuvatrailereissa. Haastattelutilanteessa haastateltaville näytettiin elokuvatrailereita. Trailerit on valittu huomioiden haastateltavien näkemät elokuvat. Koska trailerit voivat vaikuttaa eri tavoilla, haastateltaville näytetään myös sellaisia trailereita, joiden elokuvat he ovat jo nähneet sekä joita he eivät ole nähneet. Tämän tarkoituksena on selvittää eri näkökulmista, miten trailerit vaikuttavat katsojien mielipiteisiin elokuvista. Katsottavat trailerit sijoittuvat lähinnä vuosien 2005 ja 2010 välille. Trailereiden aikaväli on valittu siksi, että haastateltavat ovat pääosin nuoria, keski-ikästään noin kahdenkymmenen ikäisiä naisia. Lisäksi kuluneiden viiden vuoden ajalta on helpompi muistaa tapahtumia kuin pitemmältä aikaväliltä.

Haastattelut äänitettiin Tascam DR-100 -nauhurilla. Haastateltaville kerrottiin, että haastattelu tallennetaan ja heidän vapaaehtoisuuttaan haastatteluun painotettiin. Heille kerrottiin myös, että tallennetta käytetään ainoastaan analyysin apuvälineenä, nimiä ei mainita missään vaiheessa tutkimusta ja tallenne tuhoetaan tutkimuksen päätyttyä. Haastattelulupa pyydettiin jokaiselta haastateltavalta kirjallisena. Haastattelukysymykset löytyvät liitteestä 1 ja haastattelupakavakkeet liitteistä 2 ja 3.

Kvalitatiiviseen tutkimusmenetelmään päädyttiin siksi, että sen avulla voi tehdä syvällisempiä päätelmiä kuin kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä. Haastattelujen menetelmäksi valittiin teemahaastattelu, sillä se antaa haastattelun liikua suhteellisen vapaasti ja rennosti. Haastattelutilanteen ilmapiiri on tärkeää säilyttää rentona, ettei vastausten luotettavuus kärsisi. Puheenvuorojen vapaus edistää myös keskustelun sujuvuutta. Haastattelutilanne muodostuu intiimimmäksi, keskustellessa kasvokkain haastateltavien kanssa kuin jos haastattelun suorittaisi lomakehaastatteluna.

Kysymykset ovat suurelta osin avokysymyksiä eli lisäkysymysten tekeminen ja pohtiva keskustelu on mahdollista. Kysymyksiä ei anneta haastateltaville etukäteen, sillä se saattaisi vaikuttaa vastausten luotettavuuteen. He saattaisivat etsiä aiheesta lisää tietoa ja miettiä vastauksia valmiiksi. Haastattelutilanne ei tällöin olisi autenttinen eivätkä vastaukset välttämättä kertoisi haastateltavan omaa mielipidettä. Haastattelut suoritetaan yksilö- sekä ryhmähaastatteluina. Erityisesti ryhmähaastatteluissa täytyy huomioida, että haastateltavat saattavat turvautua toistensa mielipiteisiin. Toisaalta haastateltavien välinen keskustelu voi olla myös hedelmällistä havaintojen tekemisessä.

Haastattelujen analysoinnissa käytetään menetelmää, jossa pyritään etsimään haastateltavien vastauksista yhteisiä tekijöitä tai nimittäjiä (Alasuutari 1995, 31). Jos vastauksista ilmenee jokin yhteinen näkökulma, niitä voidaan pitää pätevänä ja luotettavana. Analyysi toteuttaa siis tiettyä rakenteellista kokonaisuutta. (Alasuutari 1995, 35.)

Analyysin tarkoituksena tässä opinnäytetyössä on pohtia ja tulkita haastateltavien vastausten perusteella, mitä he todella ajattelevat elokuvatrailereista ja niiden musiikista. Toisistaan poikkeavat vastaukset eivät tässä tutkimuksessa horjuta tulosten totuudellisuutta. Vastaukset perustuvat haastateltavien mielipiteisiin ja ovat siten merkityksellisiä tulosten tulkinnassa. Tulosten yleistäminen ei ole ensisijaisen tärkeää, sillä jokaisen haastateltavan vastaukset perustuvat henkilökohtaisiin mielipiteisiin, joiden yleistäminen on tarpeetonta. Tärkeämpää on hahmottaa katsojien tarpeita mahdollisimman monipuolisesti.

11.2 Kohderyhmä

Opinnäytetyössä hyödynnettävien ryhmähaastattelujen kohderyhmän ja otoksen suuruuden valitseminen oli haastavaa, koska luotettavuus ja yleistettävyyys ovat tutkimuksessa tärkeitä. Pohdittavana oli haastateltavien perehtyneisyys elokuvien ja trailerien katsomiseen. Otosryhmä, joka harrastaa elokuvia tai pysyy muuten ammattimaisesti analysoimaan niitä, voi pohtia syvällisesti elokuvatrailereiden merkitystä. Kuvanlukutaito ja kuvan viestien ymmärtäminen on tällaiselle henkilölle tuttua ja hän pystyy erottamaan kuvassa ja tarinassa useita eri

tasoja. Katsomistapa on hioutunut ja huomio voi kiinnittyä useisiin huomaamattomilta vaikuttaviin yksityiskohtiin ja piilomerkityksiin. Tällainen katsoja tuottaa trailerintekijöille haastetta tehdä trailerista mielekäs ja huomiota herättävä. Katsojan asenne traileria ja itse elokuvaa kohtaan on jo lähtökohtaisesti vaativa. On mahdollista, että harjaantuneelle katsojalle traileri osoittautuu läpinäkyväksi yritykseksi myydä elokuvaa niin sanotusti halvoin keinoin. Trailerin kaikki kuvat eivät välttämättä vakuuta katsojaa elokuvan laadusta. Tosin elokuvaan perehtynyt katsoja saattaa antaa anteeksi joitain trailerin heikkouksia. Tästä huolimatta hän voi päättää käydä katsomassa elokuvan. Trailerintekijän täytyy löytää lähestymistapa, joka luottaa katsojaan aliarvioimatta tätä.

Toiseen katsojaryhmään kuuluvat katsojat eivät tiedä elokuvan tekemiseen liittyvistä seikoista. Heidän katsomistottumuksensa eivät välttämättä ole rutinoituneet syvällisemmän kuvanluvun ja tulkinnan tasolle. Vaikka trailerin huomaamattomilta vaikuttavat yksityiskohdat eivät välttämättä herätä katsojassa erityistä huomiota, eivät ne silti ole merkityksettömiä. Katsojaa ei siis missään nimessä tule aliarvioida. Hauskat tai dramaattiset, tunteisiin vetoavat kuvat elokuvasta ovat varmasti tärkeimpiä houkutteita herättämään katsojan mielenkiinnon elokuvaan. Katsojan alitajunta työskentelee tehokkaasti ottaessaan vastaan trailerin tarjoamaa sisältöä. On siis ehdottoman tärkeää, että trailerin haluttu viesti tulee selkeästi esille.

11.3 Kohderyhmän valinta

Yksi tärkeimmistä syistä, miksi ihmiset haluavat katsoa elokuvia on irrottautuminen arjesta ja rentoutuminen. Elokuvateatterissa katsojilla on mahdollisuus kokea tunteita niin sanotusti turvallisesti. Esimerkiksi kauhuelokuvaan kytkeytyvä pelon tunne sekä toimintaelokuvaan kuuluva jännitys on turvallista kokea elokuvateatterissa. Trailerin tehtävä on vakuuttaa katsoja elokuvan tarjoamasta kokemuksesta. Katsoja, joka ei ole suuremmin perehtynyt elokuvaan ammattimaisessa mielessä, saattaa perustaa päätöksensä trailerissa vallitsevaan tunnelmaan tai siinä esiintyviin näyttelijöihin. Jos valinta keskittyy suosikinäyttelijään, ei juonella välttämättä ole niin suurta osaa. Harjaantuneempi katsoja voi vaatia trailerin kokonaisuudelta kattavampaa vakuutusta. Esimerkiksi näyttelijän, oli se

kuka tahansa, roolisuorituksen täytyy olla vakuuttava, leikkauksen tulee lunastaa katsojan mieltymys ja tarinan juonen täytyy olla houkutteleva.

Kirjaan tai tositapahtumaan perustuvan elokuvatrailerin täytyy vakuuttaa katsoja hyvin. Usein kokematon katsoja olettaa näkevänsä elokuvateatterissa kuvitetun version kirjasta, ja saattaa loukkaantua, jos tarina ei täydellisesti vastaa kirjan tapahtumia. Jos elokuvan päähenkilö ei katsojan mielestä vastaa hänen lukemansa kirjan päähenkilöä, on juonen ja muiden tapahtumien oltava erityisen kiinnostavia, ettei katsoja hylkää elokuvaa jo trailerin nähtyään. Kokenut katsoja osaa odottaa, että elokuva ei välttämättä vastaa täysin kirjan tapahtumia. Hän tiedostaa elokuvan vaatimat keinot ja lähtökohtaisesti ei odota näkevänsä kuvitettua lukukokemusta.

Katsojien erilaisuuden huomioiden haastattelujen kohderyhmää valitessa on merkityksellinen yleistämiseen liittyvässä ongelmassa. Voiko perehtyneemmän otosryhmän vastauksia yleistää suurimpaan osaan katsojista luotettavasti? Perehtymättömään otosryhmään kuuluvien haastateltavien vastaukset taas saattavat olla vaikeammin analysoitavissa, vastauksien todennäköisen yksipuolisuuden vuoksi. Aliarvioinnin mahdollisuus jälkimmäisessä ryhmässä on toki otettava huomioon.

Päädyin haastateltavan ryhmän valitsemisessa katsojiin, jotka eivät ammattimaisesti seuraa elokuvia. Mielestäni on kiinnostavampaa selvittää, miten suurin osa katsojakunnasta ajattelee elokuvatrailereista ja niiden musiikista. Haastateltavat ovat pääasiassa Pohjois-Karjalassa asuvia alle 25-vuotiaita nuoria.

12 TULOKSET

12.1 Haastattelutilanne

Haastatteluun sisältyi kaksi vaihetta. Ensimmäisessä katsottiin traileri, jonka mainostamaa elokuvaa haastateltavat eivät olleet nähneet ja toisessa vaihees-

sa traileri, jonka mainostaman elokuvan haastateltavat olivat nähneet. Vaiheen kaksi jälkeen seurasi kysymyksiä liittyen traileriin ja sen mainostavan elokuvan yhteneväisyyksiin ja eroihin. Tarkoituksena nähtyjen ja näkemättömien trailereiden katsomiseen oli yrittää saada mahdollisimman paljon tietoa trailereiden vaikutuksista katsojiin.

Haastattelutilanne pyrittiin rakentamaan rennoksi ja rauhalliseksi. Haastattelutilana toimi kodikas olohuone. Haastattelun aluksi haastatteli kertoi haastateltaville, mistä oli kysymys, ilmoitti haastattelun nauhoituksesta ja varmisti vielä haastateltavien vapaaehtoisuuden osallistumisen äänitettävään haastatteluun. Sen jälkeen juteltiin haastateltavien kanssa yleisistä asioista rennon ilmapiirin aikaansaamiseksi sekä jännityksen lieventämiseksi. Haastattelutilanteen aluksi katsottiin traileri, jonka mainostamaa elokuvaa haastateltavat eivät olleet nähneet. Trailerit esitettiin tietokoneelta, joka oli kytketty television näyttöön mahdollisimman hyvän katselukokemuksen saavuttamiseksi. Trailerit esitettiin internetin Youtube-sivustolta. Trailerin katsomisen jälkeen haastatteli käynnisti nauhurin ja aloitti kysymysten tekemisen.

Haastattelujen päätyttyä kysymykset ja vastaukset litteroitiin nauhoitetun tallenteen mukaan. Litteroitua materiaalia käytettiin apuna haastatteluvastausten analysoinnissa. Vastauksista pyrittiin löytämään yhteneväisyyksiä ja niiden perusteella analysoimaan elokuvatrailereiden vaikutuksia katsojien päätökseen elokuvalipun ostamisesta. Tavoitteena oli selvittää, mitä traileri jättää katsojan mieleen. Vastausten taustoja ja merkityksiä pyrittiin löytämään analyysiä tehtäessä.

12.2 Vastausten analysointi

Vaikuttavinta elokuvatrailereissa vastausten perusteella oli trailerin tunnelma. Se jäi haastateltaville päällimmäisenä mieleen trailerin päätyttyä. Trailerin tarinaa tai juonta eivät haastateltavat osanneet määrittää kysyessä suoraan, mutta vastaukset liittyivät poikkeuksetta tunnetiloihin. Trailereissa soiva musiikki jäi haastateltaville mieleen. Erityisesti musiikki vaikutti haastateltavien mielipiteisiin trailerin luonteesta. Vaikka haastateltavat eivät osanneet tiivistää elokuvan

juonta trailerin nähtyään, musiikki antoi heille viitteitä siitä. Jokaiselle haastateltavalle jäi myös mieleen jokin yksityiskohta trailerista, vaikka suoraan kysymällä se ei selvinnyt. Muita vastauksia tarkastelemalla selvisi, että haastateltaville jäi mieleen jokin elokuvan päähenkilöön liittyvä asia. Trailerit hämmensivät haastateltavia tavalla tai toisella. Vastauksista ilmeni, että heitä jäi mietityttämään jokin kohta trailerissa.

Trailerin ihanteellisinta katselupaikkaa kysyttäessä haastateltavat vastasivat elokuvateatterissa nähdyn trailerin olevan vaikuttavampi kuin televisiosta nähty traileri. Erityisesti äänentoisto vaikutti olevan tärkeä ominaisuus sekä elokuvateatterin rauha verrattuna kotona katsottuun traileriin. Häiriötekijöiden minimointi oli tärkeä osa katselukokemusta. Elokuvatrailerissa esiintyvien kuvien koettiin tärkeäksi esiintyä myös itse elokuvassa. Haastateltavat kertoivat, että eivät tietoisesti etsi trailerin kuvia elokuvasta, mutta mainitsivat niiden puuttumisen hämmentävän heitä. Alitajuisesti he kuitenkin odottivat näkevänsä trailerin kuvat elokuvassa ja saavansa niihin liittyvistä vihjeistä enemmän tietoa. Elokuvasta puuttuvat trailerissa esitetyt kuvat saivat heidät kokemaan kokonaisuuden riittämättömäksi ja itsensä jollain tavalla harhautetuksi.

Kysyttäessä trailerissa esiintyvien näyttelijöiden merkityksestä, vastaukset olivat ristiriitaisia. Ristiriita syntyi vastaajan omien vastausten välille. Kysyttäessä juonen kerrottiin olevan tärkein asia trailerin kiinnostavuudessa, mutta näyttelijöiden merkitystä tiedustellessa ilmeni, että trailerissa esiintyvillä näyttelijöillä on vaikutusta, jopa juonta enemmän. Elokuvateatteriin menemistä edesauttoi, jos näyttelijät olivat entuudestaan tuttuja. Juonen ja näyttelijöiden yhteisvaikutus tuntui olevan tärkeä kriteeri trailerin miellyttävyydessä. Ainoastaan näyttelijää kukaan vastaajista ei myöntänyt menevänsä katsomaan, vaan merkityksellistä oli millaisessa roolissa hänet trailerissa nähtiin. Trailerin sekä elokuvan kiinnostavuus oli suurempi, jos trailerissa esiintyi joku haastateltavalle tuttu ja miellyttävä näyttelijä.

Kirjaa tai tositapahtumaa mainostavan elokuvan trailerissa pidettiin tärkeänä tunnistaa tapahtumia, jotka oli aikaisemmin luettu tai tiedettiin tapahtuneeksi. Haastateltavat odottivat näkevänsä trailerissa jotain, mikä oli heille ennestään

tuttua. Myös näyttelijöiden tuli vastata heidän käsitystään ja esittää asiat tietyllä tavalla.

Musiikista kysyttäessä haastateltavat keskittyivät musiikin aiheuttamaan tunnetilaan ja vaikutuksiin. Musiikki kuvasi haastateltavien mielestä elokuvassa vallitsevaa teemaa eli se kertoi heille, mihin genreen elokuva kuului. Musiikin koettiin tukevan trailerin värimaailmaa ja tarinaa. Kuvan ja musiikin tuli vastata toisiaan. Tunnetilojen vahvistaminen musiikilla koettiin tärkeäksi osaksi trailerin antamaa käsitystä elokuvan luonteesta. Katsottujen trailereiden musiikit koettiin käyvän hyvin tarinaan. Traileri ei herättänyt musiikin vuoksi ristiriitaisia tai hämmentäviä tunteita.

Trailerissa kuultu tuttu kappale jäi soimaan haastateltavien mieleen trailerin päätyttyä. Tutun kappaleen tunnistamista pidettiin myönteisenä muistia tukevana asiana. Trailerissa kuultu tuttu kappale oli myös tärkeä mielenkiinnon herättäjä ja houkutin lähteä katsomaan elokuva. Tunnettu kappale saattoi toimia myös päinvastaisesti. Jos kappale ei miellyttänyt kuulijaa, saattoi se viedä mielenkiinnon koko trailerista. Tunnetun kappaleen muistia tukeva ominaisuus osoittautui tärkeäksi jopa siinä suhteessa, että jos elokuvan nimi ei jäänyt mieleen, musiikki kuitenkin jäi. Musiikin keston huomaaminen erosi haastateltavien kesken. Osa haastateltavista havaitsivat pienet tauot musiikissa ja osa kuvitteli huomaavansa tauot, mutta kysyttäessä niistä heidän havaintonsa osoittautuivat virheellisiksi. Musiikki oli haastateltavien mielestä erityisen tärkeä osa elokuvaa ja traileria, mutta heidän huomionsa kohdistui kokonaisuuteen enemmän kuin musiikkiin. Musiikin puuttumista kokonaan ei pidetty miellyttävänä asiana.

12.3 Yhteenveto

Trailerit sisältävät jonkin sellaisen asian, joka hämmentää katsojaa. Haastattelun vastausten perusteella trailerin täytyy sisältää mielenkiintoisia näyttelijöitä, juonen on oltava koukuttava ja selkeä. Trailerin juonen täytyy pystyä kertomaan katsojalle selkeästi, mistä elokuva kertoo. Sen täytyy olla katsojan tunteisiin vetoava ja mieleenpainuva. Musiikin täytyy olla kuvaava, kertova tai hauska elokuvan lajityypistä riippuen. Sen pitää selittää katsojalle, millainen tunnelma elo-

kuvassa vallitsee. Voi olla, että jo yksi asia tai kuva saa katsojan mielenkiinnon elokuvaan. Ennen kaikkea elokuvatrailerin täytyy olla vaikuttava.

Elokuvatrailerin miellyttävyys on kokonaisvaltaista. Kuvien, äänen, musiikin ja värien on oltava sopusoinnussa keskenään. Keskeisin asia ovat tarinaa tukevat elementit. Kaikkien trailerin osien on tuettava tarinaa. Kun musiikki, kuvat, ääni ja värit tukeva pääsääntöisesti toisiaan ja ovat niin sanotusta kaikki yhtä huomaamattomia, antaa se trailerille yllättämisen ja hämmäntämisen mahdollisuuden. Yllätyksen teho on voimakkaampi, kun se poikkeaa riittävästi kokonaisuudesta. Elokuvatrailerin tehtävänä houkuttaa katsojaa ja saada hänet kiinnostumaan elokuvasta. Riittävän koukuttavat yksityiskohdat kokonaisuudesta herättävät katsojan mielenkiinnon.

Musiikin vaikutukset elokuvatrailerissa ovat moninaiset. Musiikki luo traileriin salaperäisyyttä ja se tukee kuvaa paljastamatta viestiä enempää kuin kuva antaa ymmärtää. Elokuvatrailerissa, jonka lajityyppinä on draama, musiikki nostaa katsojan jännitystasoa tämän sitä tietoisesti huomaamatta. Musiikki voi nostaa jännityksen jopa niin korkealle, että pulssi kiihtyy. Pelkkä kuvan viesti ei pysty tähän reaktioon, vaan kuvan ja musiikin yhteisvaikutus on tärkeä tunnekokemuksen syntymisessä. Elokuvatrailerin muistamista auttavat sisäisen musiikin keinot. Useita päiviä päässä soiva trailerin musiikki, varsinkin jos se on tunnettu kappale, toimii tehokkaasti markkinointivälineenä.

13 POHDINTA

Elokuvatrailerit ovat välähdyksenomaisia kokonaisuuksia mainostettavasta elokuvasta. Trailerin katsottuaan on välittömästi vaikea sanoa, mitä tapahtui. Sitä täytyy hetken aikaa miettiä ja pohtia, mitä äsken oikein näki. Muutamista sekunneista koostuva kuvajono on kuin uni, jonka näki viime yönä. Aluksi siitä ei muista kuin pieniä välähdyksiä, mutta kun hetken aikaa muistelee, se alkaa hahmottua kokonaisuudeksi. Toisin kuin uni, sen voi katsoa uudestaan ja uudestaan. Nykyään on helppo päästä uusien elokuvien mainostettavuuden piiriin.

Internetistä löytää varsin vaivattomasti itseään kiinnostavia elokuvien trailereita. Suuresta trailereiden valikoimasta voi valita itseään eniten kiinnostavat elokuvat, jotka mennä katsomaan elokuvateatteriin. Kuitenkin vaikuttaa siltä, että trailereita eivät välttämättä kaikki katsojat etsi aktiivisesti vaikutuspiiriinsä. Siksi on tärkeää, että yksikin katselukerta riittää vakuuttamaan katsojan elokuvasta. Elokuvatrailerin täytyy nostattaa katsojan uteliaisuutta ja mielenkiintoa äärimmilleen jo yhdellä kerralla.

Ihmisten mielenkiinto kuulla ja kokea tarinoita perustuu jännitykseen. Jännityksen luomiseksi on useita keinoja. Musiikki luo tunnelmaa, kertoo tarinaa ja vetoaa tunteisiin tehokkaasti. Juonen käänteet ja sankarin odottamaton epäonni saa kenen tahansa mielenkiinnon hereille. Se vaatii toteutuakseen eläytymisen tunteen. Lisäksi katsojan sympatia on tavalla tai toisella saatava päähenkilön puolelle. Kaikkeen tähän ei kuitenkaan ole järkevää käyttää mitä keinoja hyvänsä, sillä katsojan luottamus on saatava kerta toisensa jälkeen. Jokainen traileri on yksilöllinen, mutta samalla ne vaikuttavat myös toisiinsa. Katsojalle riittää, että hän pettyy yhden kerran elokuvaan, kun on sen trailerin nähtyään päättänyt mennä katsomaan. Yksi pettymys riittää vaikuttamaan hänen tuleviin päätöksiinsä. Elokuvatrailerin on siis kerrottava tarpeeksi, että se alkaa kiinnostaa. Se ei saa paljastaa liikaa, ettei mielenkiinto katoa. Sen on toimittava ensimmäisellä katsomiskerralla, sillä on aikaa vain pari minuuttia ja siihen on voitava luottaa joka kerta.

Musiikki on vaikuttava elementti elokuvassa ja myös elokuvatrailerissa. Se on ollut mukana elokuvassa alusta lähtien ja sen merkitys on kasvanut ja kehittynyt koko ajan. Musiikki vaikuttaa ihmisen kehittymiseen ja identiteettiin, vaikka sitä ei aina tiedostakaan. Musiikki ympäröi ihmistä nykyään kaikkialla ja se on merkittävä osa elämäämme. Siksi se on tärkeä myös elokuvassa, joka simuloi elämäämme ja kertoo tarinoita. Musiikki on tehokas tapa vaikuttaa tunteisiin ja siksi ilman musiikkia elokuva jäisi puutteelliseksi. Musiikki voi kertoa katsojalle enemmän kuin kuvat ja se pystyy myös ennakoimaan tapahtumia. Kuitenkin kuva ja musiikki toimivat parhaiten yhdessä ja siksi elokuva tarvitsee ne molemmat antaakseen katsojalle täydellisen katselunautinnon.

Elokuvatrailerin houkuttelevuudessa on huomioitu tarkasti, mihin katsojan huomio kiinnittyy. Trailerissa elokuvan tarina on rakennettu jännityksen kasvun mukaan. Mielenkiintoiset näyttelijät vetoavat katsojaan, musiikin tunteisiin vetoavaa ominaisuutta on käytetty hyväksi muistia tukevana seikkana sekä on myös huomioitu sisäisen musiikin voima. Mieleen soimaan jäävä musiikki pitää trailerin viestin muistissa pitkään. Parhaimmillaan elokuvatrailerin musiikki jättää katsojalleen kokemuksen, joka ihmeellisyydessään vaikuttaa tähän vahvasti ja pitkään. Vaikka trailerista olisi vaikeaa palauttaa muistiin kaikkia sen tapahtumia, musiikin palauttaminen mieleen onnistuu melko vaivattomasti. Musiikin korkean vaikutustason vuoksi elokuvatrailerin tunnelma voi kiteytyä siihen kokonaisuudessaan. Näin ollen katsoja on vaikuttunut trailerista pelkän musiikin avulla ja mielenkiinto elokuvaan on herätetty.

LÄHTEET

- Alanen, A. 2002. Suomalainen musiikkivideo. Teoksessa Nyman, J., Gronow, P. & Lindfors, J. (toim.): Suomi soi 3. Ääniaalloilta parrasvaloihin. Helsinki: Tammi.
- Alanen, A. 2002. Sinivalkokangas soi! Teoksessa Nyman, J., Gronow, P. & Lindfors, J. (toim.): Suomi soi 3. Ääniaalloilta parrasvaloihin. Helsinki: Tammi.
- Alasuutari, P. 1995. Laadullinen tutkimus. Jyväskylä: Gummerus.
- Berger, J. 1991 Näkemisen tavat. Helsinki: Love kirjat.
- Crawford, P.I. 2010. Sound of Silence, the Aural in Anthropology and Ethnographic Film. Teoksessa Iversen, G. & Simonsen, J.K. (toim.): Beyond the Visual. Høbjerg: Intervention Press.
- Eerola, T. & Saarikallio, S. 2010. Musiikki ja tunteet. Teoksessa Louhivuori, J. & Saarikallio, S (toim.): Musiikkipsykologia. Jyväskylä: Atena.
- Hietala, V. 1993. Kuvien todellisuus – Johdatus kuvallisen kulttuurin ymmärtämiseen ja tulkintaan. Helsinki: Kirjastopalvelu Oy.
- Hiltunen, A. 1999. Menestystarinan anatomia Aristoteles Hollywoodissa. Helsinki: Gaudeamus.
- Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Hämeen-Anttila, T. 2002. Mobiilipalveluiden tuottaminen. Jyväskylä: Docendo.
- Ihalainen, M-L., 1989. Musiikkiterapia analyyttisessä ryhmässä. Teoksessa Lehtonen, K. (toim.) Musiikki terveyden edistäjänä. Porvoo-Helsinki-Juva: WSOY.
- Iversen, G. 2010. Added value: The Role of Sound in Documentary Film Theory and Visual Anthropology. Teoksessa Iversen, G. & Simonsen, J.K. (toim.): Beyond the visual. Høbjerg: Intervention Press.
- Juva, A. 1995. Valkokangas soi! Helsinki: Kirjastopalvelu Oyj.
- Kari, V. 2004. Kauas pilvet karkaavat. Suomifilmin säveliä 1933-2003. Helsinki: F-Kustannus Oy.
- Kernan, L. 2004. Coming Attractions – Reading American Movie Trailers. Austin: University of Texas Press.
- Kotiranta, S 2007. Trailerit ja kuinka niitä tehdään. Tampere: Tampereen ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelman opinnäytetyö. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201003065309>. 14.2.2011.
- Kovanen, M 2010. Elokuvajulisteiden monet kasvot – juliste elokuvan markkinointivälineenä 1900-luvun alusta nykypäivään. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2010060911801>. 14.2.2011.
- Kurkela, K. 1994. Mielen maisemat ja musiikki. Musiikin esittämisen ja luovan asenteen psykodynamiikkaa. Helsinki: Sibeliusakatemia.
- Lehikoinen, P. 1973. Johdatus musiikkiterapian peruskysymyksiin. Helsinki: Fazer.
- Lehtonen, K. 1986. Musiikki psyykkisen työskentelyn edistäjänä. Turku: Turun yliopiston julkaisusarja, c 56.
- Mustonen, A. 2001. Mediapsykologia. Helsinki: WSOY.
- Nummelin, J. 2009. Elokuvan lyhyt historia. Helsinki: BTJ Finland Oy.
- Pirilä, K. 2010. Elävä kuva – elävä ääni. Helsinki: Like.

- Ronkainen, T. 2005. Populaarimusiikin käyttö suomalaisen elokuvan markkinoinnissa esimerkkinä Helmiä ja sikoja. Pro-gradu tutkielma. Mediatuottajan maisteriohjelma. Taideaineiden ja antropologian laitos. Oulun yliopisto.
http://www.cream oulu.fi/tutkimus/documents/Taina_Ronkainen_pro_gradu_metka_2005.pdf.19.3.2011.
- Sacks, O. 2008. Musikofilia. Tarinoita musiikista ja aivoista. Alkuperäinen teos: Musicophilia: Tales of Music and the Brain. Espoo: Absurdia.
- Saarela, T. 2000. Selluloidi soikoon! Suomalaisen elokuvasäveltämisen ihanuus ja kurjuus. Helsinki: Stellatum (Edita).
- Saari, M. 2006. Leffaterapiaa. Tunneälyä ja itsetuntemusta kotisohvalta. Helsinki: Kirjapaja Oy.
- Salmenhaara, E. 2005. Musiikin suhteesta todellisuuteen. Teoksessa Torvinen, J. & Padilla, A. (toim.): Musiikin filosofia ja estetiikka kirjoituksia taiteen ja populaarin merkityksistä. Helsinki: Yliopistopaino.
- Suutari, P. 2005. Populaarimusiikki, identiteetti ja musiikin merkityksellistäminen. Teoksessa Torvinen, J. & Padilla, A. (toim.): Musiikin filosofia ja estetiikka kirjoituksia taiteen ja populaarin merkityksistä. Helsinki: Yliopistopaino.
- Toiviainen, S. 2002. Levottomat sukupolvet uusin suomalainen elokuva. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Toiviainen, S. 2007. Sata vuotta – sata elokuvaa. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura
- Quick, S. 2005. Elokuvamusiikki jännitteiden luoja: Lumikuningatar –elokuvan Velho-kohtauksen audiovisuaalinen analyysi. Teoksessa Heinonen, Y., Kirstinä, L., Kovala, U. (toim.): Ilmaisun murroksia vuosituhannen vaihteen suomalaisessa kulttuurissa. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia 1018.

Haastattelukysymykset

1. Mistä traileri kertoo?
2. Minkälaista tarinaa traileri kertoo?
3. Mikä oli mielenkiintoisinta trailerissa?
4. Millä tavalla vaikutuit trailerista?
5. Oletko koskaan pettynyt traileriin? Millä tavalla?
6. Oletko koskaan pettynyt elokuvaan?
7. Miksi katsot trailereita? Miksi et katso trailereita?
8. Kuinka usein katsot trailereita?
9. Millä tavalla trailerin katselukokemus muuttuu, jos sen katsoo valkokankaalta tai televisiosta?
10. Jos traileri oli mielestäsi kiinnostava, menisitkö katsomaan sen elokuviin, vaikka kaverisi eivät lähtisikään?
11. Mitä mieltä olet, jos elokuvassa ei ole kaikkia trailerin esittämiä kuvia?
12. Millä tavalla trailerissa esiintyvät näyttelijät vaikuttavat sinuun?
13. Mitkä seikat ovat tärkeitä trailereissa, jotka mainostavat kirjaan tai tositapah-
tumiin perustuvia elokuvia?
14. Mitä trailerista jäi mieleen?
15. Millä tavalla traileri muutti käsitystäsi elokuvasta?
16. Olisitko mennyt katsomaan elokuvan, jos olisit nähnyt trailerin ensin?
17. Millä tavalla käsityksesi muuttui elokuvatrailereista?
18. Mitä voit kertoa musiikista trailerissa?
19. Mitä musiikki kertoo?
20. Mitä trailerin musiikki toi mieleen?
21. Kuinka kauan musiikki soi trailerissa? Oliko musiikissa taukoja?

Haastattelulupa

Teen opinnäytetyönäni tutkimusta, joka käsittelee elokuvatrailerien vaikutusta katsojien päätökseen ostaa elokuvalippu. Pyydän lupaa haastatella Teitä opinnäytetyöhöni sisältävään tutkimukseen. Haastattelut ovat luottamuksellisia eikä haastateltavan henkilöllisyys tule ilmi missään vaiheessa. Haastattelut äänitetään vain työskentelyni helpottamiseksi ja äänitteet tuhotaan opinnäytetyön valmistuttua.

___/___ 2010 _____

Allekirjoitus

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu

Viestinnän koulutusohjelma

Elina Vasarainen

Alaikäisen haastattelulupa

Teen opinnäytetyönäni tutkimusta, joka käsittelee elokuvatrailerien vaikutusta katsojien päätökseen ostaa elokuvalippu. Pyydän lupaa haastatella alaikäistä lastanne opinnäytetyöhöni sisältyvään tutkimukseen. Haastattelut ovat luottamuksellisia eikä haastateltavan henkilöllisyys tule ilmi missään vaiheessa. Haastattelut äänitetään vain työskentelyni helpottamiseksi ja äänitteet tuhotaan opinnäytetyön valmistuttua.

Annan luvan alaikäisen lapseni haastattelua varten

___/___ 2010 _____

Allekirjoitus

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu

Viestinnän koulutusohjelma

Elina Vasarainen